SAQ

Rapport annuel 2002

102-07555/

	2002	2001	%
RÉSULTATS D'EXPLOITATION			
VENTES BRUTES	2 183,4	1 996,9	9,3
VENTES NETTES	1 694,7	1 547,9	9,5
BÉNÉFICE BRUT	848,1	787,7	7,7
FRAIS D'EXPLOITATION NETS	359,4	316,4	13,6
BÉNÉFICE NET	488,7	471,3	3,7
SITUATION FINANCIÈRE			
Actif total	575,8	492,9	16,8
Immobilisations corporelles	214,6	163,5	31,3
Fonds de roulement	(148,8)	(99,2)	(50,0)
Dette à long terme	49,9	48,2	3,5
Capitaux propres	33,7	32,0	5,3
AUTRES DONNÉES FINANCIÈRES			
Recettes gouvernementales tirées de l'exploitation	1 028,5	981,6	4,8
Ventes brutes totales excluant les ventes aux brasseurs et distributeurs de bière	2 044,1	1 879,0	8,8
VENTES NETTES PAR RÉSEAUX DE VENTE			
Succursales et centres spécialisés	1 352,6	1 224,2	10,5
Grossistes-épiciers	220,9	221,2	(0,1)
Brasseurs et distributeurs de bière	121,2	102,5	18,2
Ventes nettes totales	1 694,7	1 547,9	9,5
VENTES NETTES PAR CATÉGORIES			
Spiritueux	402,1	386,2	4,1
	16,7 L	16,5	1,2
Vins	1 105,9	1 016,7	8,8
	100,9 L	97,1	3,9
Bières importées et artisanales, cidres et boissons panachées[1]	65,5	42,5	54,1
	9,3 L	5,8	60,3
Ventes nettes totales excluant les ventes aux brasseurs et distributeurs de bière	1 573,5	1 445,4	8,9
	126,9 L	119,4	6,3
Bières vendues aux brasseurs et distributeurs de bière	121,2	102,5	18,2
	84,4 L	83,8	0,7
Ventes nettes totales	1 694,7	1 547,9	9,5
	211,3 L	203,2	4,0

% Variation en pourcentage par rapport à 2001.
(1) Couramment appelées *coolers* ou cocktails.

Section générale

Faits saillants 1
Table des matières 2
L'histoire d'un succès 3
Ils ont dit... 4
Mot du président du conseil d'administration 14
Conseil d'administration 15
Mot du président-directeur général 16
Conseil de direction 18
Réalisations des directions commerciale, financière et corporative 19
Revue de l'année 24
Statistiques sur la consommation 32
Polaroïds d'une entreprise commerciale en expansion 36
Code de déontologie des administrateurs 38

Section financière

Reddition des comptes 44
Revue financière 49
Rapports de la direction et des vérificateurs 56
États financiers consolidés 57
Notes complémentaires 60
Information trimestrielle 67
Rétrospective des 10 derniers exercices 68

Q : Savez-vous que la SAQ est la 3e entreprise la plus admirée au Québec ?

R : Oui, j'ai lu ça récemment.

Q : Qu'en pensez-vous ?

R : Bien, c'est tout à son honneur. Ça veut dire qu'on la trouve sympathique, proche du monde.

Q : Savez-vous que la SAQ est la 3e entreprise la plus admirée au Québec ?

R : Ça me dit quelque chose...

Q : Comment expliquez-vous un tel succès ?

R : Euh... Sans doute parce qu'on trouve des SAQ partout ! (rires) Non, mais c'est vrai, on voit des affiches de la SAQ dans plein d'événements. Elles font partie de notre décor !

Q : Savez-vous que la SAQ est la 3e entreprise la plus admirée au Québec ?

R : Ah bon ? Je croyais qu'elle était 22e !

Q : Non, ça c'était il y a quatre ans. Pourquoi cette ascension, selon vous ?

R : Bah, y a du choix, y a du service ! En tout cas, si je regarde la SAQ près de chez moi, les gens me donnent toujours de bons conseils. En plus, les magasins sont propres, c'est accueillant.

L'histoire d'un succès

Au matin de notre histoire, la SAQ, qui était alors connue sous le nom de *Commission des liqueurs de Québec*, n'était guère plus qu'un petit réseau de magasins où les rares clients évitaient de se faire remarquer. Comptoirs austères et grillagés, regards inquisiteurs des préposés ; il était de mauvais ton de se livrer à cet acte répréhensible pour l'époque : l'achat de boissons alcooliques.

C'était hier et la SAQ a connu, fort heureusement, des lendemains qui chantent. Depuis les années 1960 et 1970, la collectivité québécoise s'est ouverte sur le monde. Le rappeler tient désormais du cliché. Toutefois, ce changement de mentalité et d'attitude a eu d'énormes répercussions sur notre commerce. La libéralisation des mœurs, l'acceptation ouverte de la consommation de l'alcool dans une société pluraliste ont bouleversé la SAQ. Cette société d'État a ainsi évolué par soubresauts, dans la mouvance des besoins changeants des Québécois, mais toujours liée à leur quotidien.

Aujourd'hui, la SAQ vogue de succès en succès. Succès commercial, bien sûr, et succès de popularité auprès des Québécois et des Québécoises. Son chiffre d'affaires de 2 183,4 millions de dollars, en hausse de 9,3 %, son bénéfice net de 488,7 millions de dollars, en croissance de 17,4 millions sur l'an dernier, sont, en effet, les manifestations d'une entreprise prospère. À cela, il faut ajouter la création de quelque 175 postes réguliers au cours du seul exercice financier 2001-2002, une statistique éloquente.

Le réseau de magasins s'est également étendu avec l'ouverture de 10 nouvelles succursales et de 147 agences SAQ. Une cinquantaine de magasins ont été rénovés de fond en comble et des dizaines d'autres ont été revampés. Ces investissements, conjugués aux multiples promotions en magasin, ont fait la joie de la clientèle, dont l'achalandage dans le réseau s'est accru de 9,0 %.

Rien d'étonnant alors à ce que la SAQ soit la 3e entreprise la plus admirée au Québec. Cette popularité et cette réputation sont d'abord et avant tout l'affaire du personnel de la SAQ. Le savoir-faire et l'expertise des employés, leurs connaissances, leur écoute et leur plaisir évident à bien servir la clientèle sont certainement les clés de notre réussite. Mieux encore, le sentiment d'appartenance du personnel à l'égard de l'entreprise et la fierté de faire partie de « l'équipe SAQ » traduisent parfaitement la valeur du capital humain de la SAQ. Ce rapport présente la passion de ces femmes et de ces hommes par les yeux, le cœur et la pensée d'inconditionnels admirateurs de leur travail.

Sonia, patronne de Robert

« Curieux et prévenant, il s'informe toujours avant de répondre à un client. »

Accueillant, disponible, serviable et bien renseigné sur les produits, ce sont toutes ces qualités que doivent avoir les conseillers et les caissiers-vendeurs des succursales. Parce qu'ils sont le visage de la SAQ. Parce qu'ils véhiculent l'image de leur entreprise, jour après jour, par un contact direct avec la clientèle. D'où la préoccupation de la SAQ : embaucher et former des gens de qualité qui, comme Robert, auront à cœur leur métier autant que leurs clients.

« Il se démène parce qu'il veut toujours réussir ce qu'il a commencé. »

Être une entreprise commerciale compétitive, c'est aussi vivre avec son temps. Ça veut dire ? Ça veut dire jeter à la poubelle les vieux logiciels et installer de nouveaux systèmes capables de répondre efficacement aux besoins de chaque processus d'affaires. Yvon et l'équipe VSOP pourront dire : « Mission accomplie ! » en 2003 quand le fameux progiciel ERP aura été apprivoisé par tous les employés. Cette transformation technologique est une grande étape pour la SAQ, qu'elle franchit avec brio grâce à des gens [illegible]qualifiés qui travaillent d'arrache-pied. À la clé : une révolution informatique à consommer sans modération.

Yvon

Mathieu, fils de Yvon

Jean-Louis et Lise,
parents de Martine

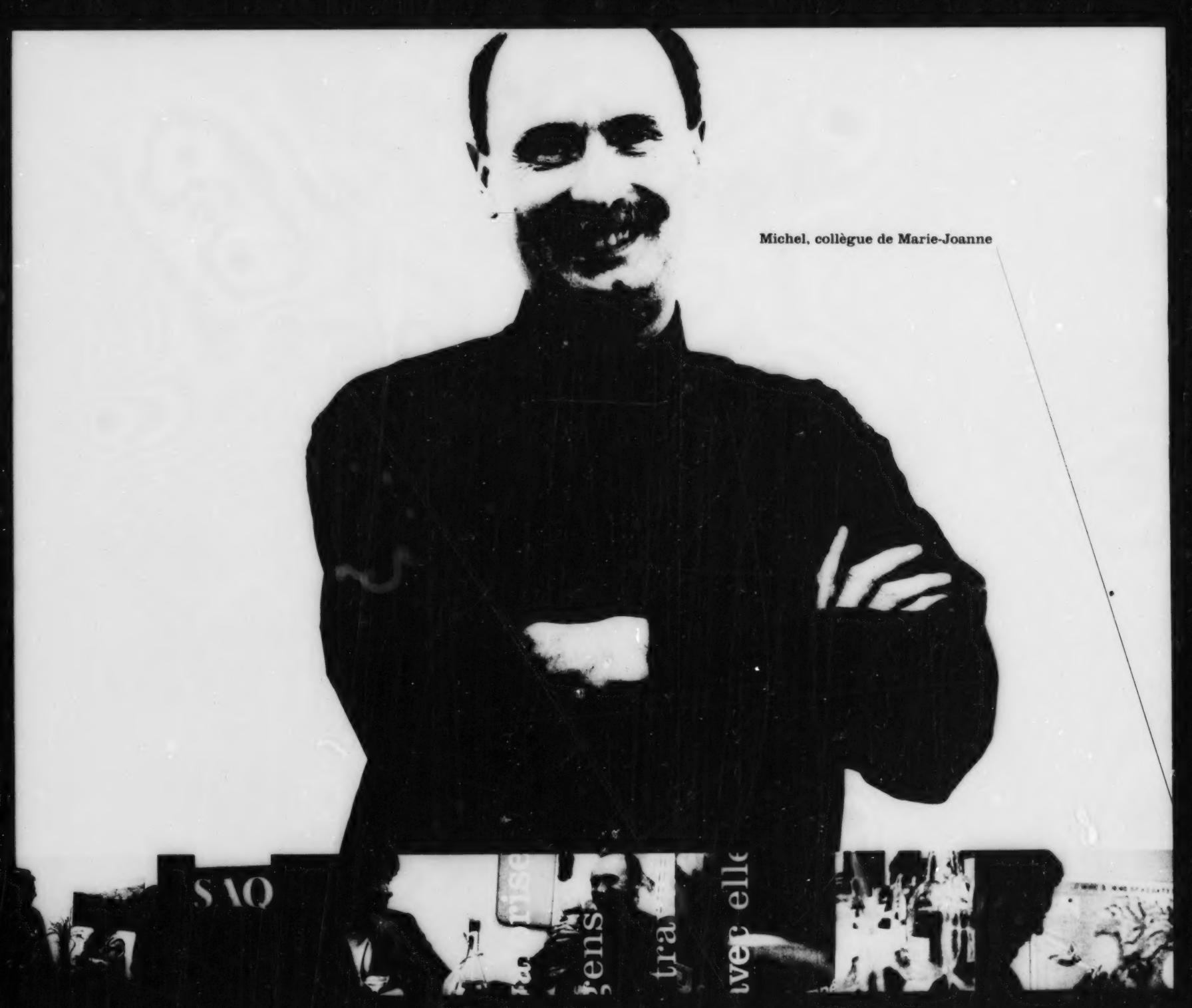
Petite équipe, grand travail, telle est la réalité que connaît Martine au Service du marketing de la SAQ. En effet, on n'y compte qu'une trentaine de personnes qui, à elles seules, ont la responsabilité de multiples mandats. Des études de marché aux profils de consommation, des campagnes commerciales aux commandites, de la conception à la mise en place des promotions en magasin, personne ne s'ennuie ! Mais l'ambiance est bonne et l'équipe dynamique. Heureusement, car ces gens participent aux orientations commerciales de l'entreprise.

« Elle veut toujours apprendre. Tout l'intéresse. »

Ils travaillent dans l'ombre comme des fourmis, car sans eux, les succursales seraient vides. Techniciens, chefs d'équipe, camionneurs, ils sont un important maillon de la chaîne, un rouage essentiel de la SAQ. Ils prennent en charge les marchandises qui arrivent de l'étranger, regroupent par catégories les produits dans les immenses entrepôts, s'occupent des commandes des succursales, puis sillonnent les routes du Québec dans des délais olympiques pour approvisionner chacun des quelque 400 points de vente du réseau de l'entreprise. Toute une mission à laquelle participe Laflèche jour après jour.

« Mon papa, il travaille dur, il met des bouteilles dans des camions. »

Valérie, fille de Laflèche
150
bouteil
00247647



Michel, collègue de Marie-Joanne

« Marie-Joanne valorise les gens qui travaillent avec elle. »

La SAQ l'a compris : sans formation continue, pas de développement des compétences. C'est pourquoi chaque année ses employés de succursale profitent de milliers d'heures d'enseignement. Connaissance des produits, service à la clientèle, techniques de vente... on apprend beaucoup à « Carrefour Compétences », pour son propre plaisir et celui des clients, évidemment ! Grâce aux formateurs de cette école commerciale, tous employés de la SAQ, il y a un tas de trucs du métier qui se transmettent dans la bonne humeur. Marie-Joanne peut en témoigner.

La tradition se maintient

Nous l'avons toujours pensé, mais peut-être pas assez souvent mentionné : les employés de la SAQ sont la pierre angulaire des succès de l'entreprise. Si aujourd'hui la société d'État affiche des résultats financiers remarquables (et ce, depuis plusieurs années) et si elle peut se vanter d'être la 3e entreprise la plus admirée au Québec, c'est que le personnel a épousé tous les virages et tous les changements. Il a été de toutes les audaces et de tous les coups d'éclat. Voilà un phénomène rare qui doit être souligné. Prendre des décisions est une chose, en effet, mais s'assurer qu'elles seront partagées et appliquées par un groupe en est une autre.

C'était certainement l'une des grandes qualités de M. Gaétan Frigon, qui a quitté l'entreprise en fin d'exercice pour prendre les commandes de Loto-Québec, une autre grande société d'État québécoise. M. Frigon est un homme d'idées, un travailleur infatigable, quelqu'un qui entraîne son monde dans son sillage et à grande vitesse. Bref, c'est un leader naturel et les bons leaders sont rares. Mais voici un successeur de très haut calibre en la personne de M. Louis L. Roquet, dont la feuille de route est impressionnante. Autre perspective, autre sensibilité, mais une envergure tout aussi stimulante. La SAQ, disons-le, a toujours bénéficié de l'expertise de grands PDG et M. Roquet a déjà donné les signes que la tradition se maintient.

Cette tradition s'applique aussi au développement systématique et harmonieux de l'entreprise. On se rappellera ainsi l'année 2001-2002 comme celle où de nouvelles marques ont été battues : un chiffre d'affaires qui dépasse les deux milliards, un réseau qui compte plus de succursales que jamais, un niveau d'excellence de service jamais atteint et une reconnaissance du savoir-faire des équipes de vente que traduisent les résultats de sondages menés par des firmes indépendantes.

Les membres du conseil d'administration et moi-même avons d'ailleurs suivi de très près les grands dossiers de l'entreprise : la mise au point du système intégré de gestion (ERP) et la création de deux portails qui dotent l'entreprise de l'infrastructure nécessaire pour améliorer sa rentabilité. Ces investissements sont et seront profitables à la SAQ. Ils sont même essentiels. Nous les appuyons donc sans réserve tout comme ceux qui ont été consentis à l'amélioration du réseau de succursales.

Le conseil a mené, par ailleurs, de nombreux travaux grâce à ses comités de vérification, exécutif et des ressources humaines. Ce dernier comité a notamment veillé au respect de la *Loi sur l'équité salariale*, qui doit corriger les inégalités salariales fondées sur le sexe.

Le comité des ressources humaines a également suivi le dossier de la *Loi sur l'accès à l'égalité en emploi*, permettant une meilleure intégration, notamment, des membres des minorités visibles dans la fonction publique québécoise et, par voie de conséquence, au sein du personnel de la SAQ.

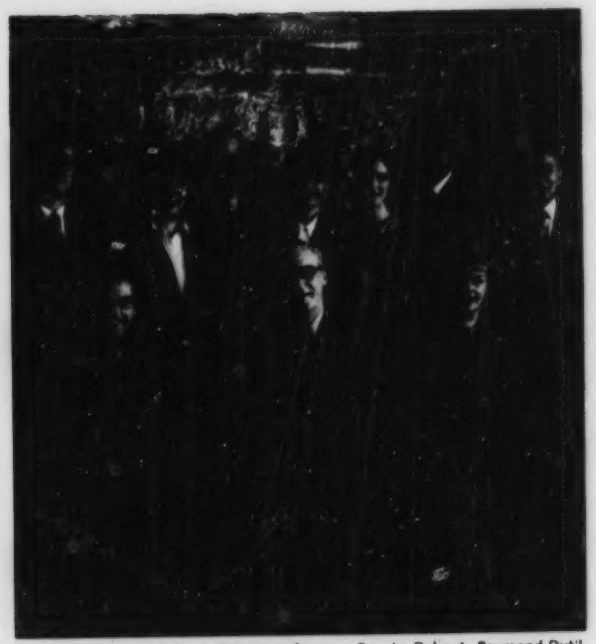
Pierre Parent

Ce comité a aussi chargé la Vice-présidence aux ressources humaines de développer une nouvelle politique salariale, considérant l'autonomie nouvellement acquise en matière de rémunération des cadres et du personnel non syndiqué.

Mentionnons en dernier lieu que trois administrateurs ont quitté le conseil d'administration au cours du dernier exercice : MM. Gaétan Frigon, Richard Yves Le Lay et Michel Jetté. Ils ont été remplacés par M. Louis L. Roquet et Mmes Reine Larose et Denise Martin. Qu'il me soit permis ici de remercier les uns et de féliciter les autres. Les premiers ont fait profiter l'entreprise de leur expertise tandis que les seconds apportent de nouvelles compétences. Dans tous les cas, je salue la générosité et le sens du devoir de tous les membres du conseil. Ils font toujours preuve d'un grand souci d'analyse afin que leur travail puisse réellement contribuer au développement de la SAQ. D'ailleurs, je dois souligner qu'aucun manquement au code d'éthique et de déontologie des administrateurs n'est à signaler et que ceux-ci manifestent, *a contrario*, une grande sensibilité aux aspects éthiques de leur travail.

Pierre Parent

PIERRE PARENT
Président du conseil d'administration



Assis : Pierre Parent, Louis L. Roquet et Suzanne Paquin. Debout : Raymond Dutil, Reine Larose, Michel Noël de Tilly, Denise Martin, Marie-Josée Gagnon, Paul-André Simard et Paul Kefalas.

Conseil d'administration

Pierre Parent
Président du conseil d'administration et du comité exécutif
Président – Resort One

Louis L. Roquet
Membre du conseil d'administration, du comité exécutif, du comité de vérification et du comité des ressources humaines
Président-directeur général – SAQ

Raymond Dutil
Membre du conseil d'administration et président du comité de vérification
Président-directeur général – Groupe Procycle inc.

Marie-Josée Gagnon
Membre du conseil d'administration et du comité exécutif
Présidente – Casacom

Paul Kefalas
Membre du conseil d'administration et du comité exécutif
Président-directeur général – Asea Brown Boveri inc. (ABB)

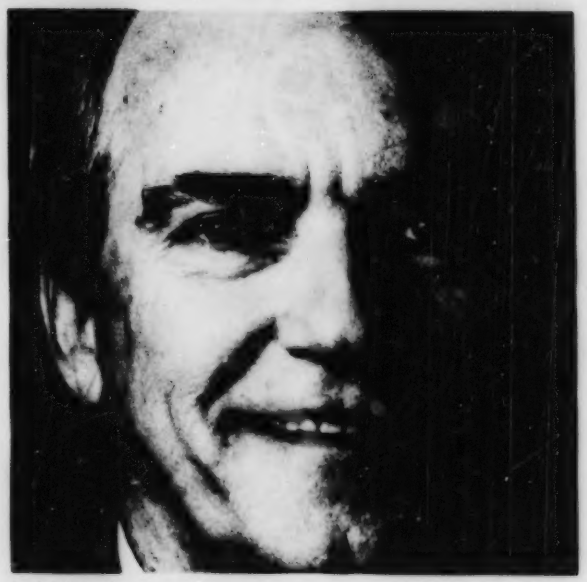
Reine Larose
Membre du conseil d'administration et du comité des ressources humaines
Directrice des affaires publiques – Québec – Bayer inc.

Denise Martin
Membre du conseil d'administration et du comité de vérification
Vice-présidente et directrice générale – McMahon Distributeur pharmaceutique inc.

Michel Noël de Tilly
Membre du conseil d'administration et président du comité des ressources humaines
Secrétaire général associé – Ministère du Conseil exécutif

Paul-André Simard
Membre du conseil d'administration et du comité exécutif
Président – Chambre de l'assurance de dommages

Suzanne Paquin
Secrétaire du conseil d'administration
Secrétaire générale et vice-présidente – Services juridiques – SAQ



Louis L. Roquet

Le cœur et l'âme

La SAQ possède une richesse fabuleuse, irremplaçable : ses quelque 5 000 employés. Si notre société d'État est devenue la 3e entreprise la plus admirée au Québec – selon un sondage mené par la firme Léger Marketing pour la revue *Commerce* –, c'est en effet grâce à la valeur de milliers de femmes et d'hommes dont l'unique souci est de fournir des services de grande qualité.

Notre clientèle connaît déjà la courtoisie, les compétences et l'expertise de nos équipes de succursale composées de fins connaisseurs et dont la réputation fait l'envie de nombreuses organisations semblables à la nôtre. Il en va de même pour tous les maillons de la chaîne SAQ puisque du camionneur à l'analyste en marketing, en passant par les préposés aux commandes et le designer, tous participent avec le même enthousiasme à notre mission commerciale. Et pourtant, l'ensemble du personnel a été durement sollicité par les transformations profondes de l'entreprise survenues au cours des dernières années.

Aussi faut-il souligner la flexibilité et l'engagement des employés de la SAQ pour soutenir de tels changements. Cette capacité d'adaptation est l'éclatante démonstration d'un partage des valeurs et de l'adhésion de chacun aux objectifs de l'entreprise. C'est un fait

marquant de la SAQ tout à l'honneur du personnel. Cette étonnante cohésion exprime également le sentiment d'appartenance et la fierté des employés. Sous l'habile direction de mon prédécesseur, M. Gaétan Frigon, homme de vision et développeur exceptionnel, ils ont transformé la SAQ.

S'il faut prendre garde à l'usage excessif des qualificatifs pour décrire des résultats – cela nous distrait des véritables enjeux –, force est de reconnaître que l'exercice 2001-2002 de la SAQ est exceptionnel. La croissance est palpable partout : ventes nettes (9,5 %), bénéfice net (3,7 %) et recettes gouvernementales (4,8 %). Notre réseau de succursales s'est enrichi de 10 nouveaux points de vente et 49 autres succursales ont été entièrement rénovées. Ce développement porte à 380 le nombre de magasins SAQ et à 2 739 celui des postes réguliers, une création de 175 emplois en une seule année !

Avec nos partenaires de l'alimentation, nous avons lancé la première campagne télévisée, dont la sympathique Julie Snyder était la vedette, et nous avons mis en place un programme d'animation en magasin. Nous avons également poursuivi notre plan de formation destiné aux gens de l'alimentation et le développement de nouvelles unités d'étalage. Conséquence ? La part de marché des vins haut de gamme du secteur de l'alimentation ne cesse de croître. Celle des vins de qualité certifiée (VQC), par exemple, a dépassé les 10 % alors que ces produits n'ont pas 2 ans d'existence !

En région, dans les municipalités où la population est insuffisante pour justifier une succursale SAQ, nous avons multiplié les permis d'agence SAQ accordés au meilleur épicier de la municipalité ou du village. Ce réseau d'agences est passé de 252 à 399, consolidant ainsi la présence de la SAQ et de ses produits sur l'ensemble du territoire québécois. Dans la même foulée, nous avons amélioré la rémunération accordée à ces épiciers qui peuvent offrir, grâce à ce permis, une gamme étendue de nos produits : vins de spécialité, portos et spiritueux.

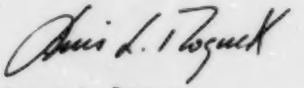
Cette période frénétique de l'entreprise se poursuivra en 2002-2003, puisque nous entamons la dernière année de notre plan de développement stratégique de cinq ans. Ce dernier mènera droit à la création de 17 succursales et à la construction de nouvelles infrastructures de distribution basées à Montréal. Plus de 100 millions de dollars seront ainsi consacrés à la phase finale du développement de notre réseau et au remplacement de l'infrastructure informatique de l'entreprise. En effet, nous procéderons, d'ici la fin de 2002-2003, à l'implantation d'un système intégré de gestion (ERP) qui fera table rase de tous nos anciens systèmes informatiques. Ce faisant, la SAQ améliorera considérablement son efficacité de même que son service à la clientèle avec la suppression, notamment, des ruptures de stock.

Au terme de la prochaine année, la SAQ aura atteint une pleine maturité et nous nous consacrerons à peaufiner notre commerce, à lui donner la patine nécessaire pour répondre aux besoins actuels du marché. L'entreprise aura aussi fait la transition au commerce électronique avec ses fournisseurs, qui auront le choix entre le portail privé SAQ.b2b et le portail public *Global Wines & Spirits* (GWS). Nous avons la conviction que la SAQ doit faire preuve de leadership en matière de commerce électronique et ces deux outils en sont l'éloquente manifestation.

La prochaine année sera centrée sur la redéfinition de nos rapports avec nos partenaires et sur la recherche d'avantages mutuels. Nous souhaitons parler le même langage que nos partenaires pour que nos outils soient aussi les leurs. Les agents commerciaux, les producteurs, les brasseurs et les distillateurs sont des acteurs importants de notre industrie. Nous entendons donc être des partenaires dans le sens premier du terme : des alliés et de véritables associés.

Cette conviction est partagée par les membres du conseil d'administration de l'entreprise et par son président, M. Pierre Parent, dont les travaux et les réflexions ont nourri notre démarche. Leur soutien et leur expertise éclairante sont des atouts inestimables pour la SAQ.

Le dernier mot ira aux employés auxquels ce rapport annuel rend hommage. Ces femmes et ces hommes sont d'une race peu commune : celle des bâtisseurs, celle des gens qui ont le cœur à la bonne place, comme dit la maxime populaire. La chaleur et la sincérité touchantes avec lesquelles ils m'ont accueilli ne sont que quelques-unes de leurs innombrables qualités.



LOUIS L. ROQUET
Président-directeur général

De gauche à droite : Denise Bilodeau, Louis L. Roquet, Suzanne Paquin, Gérald Plouffe, Marielle Bissonnet et Jean-Claude Gagnon

Conseil de direction

Louis L. Roquet
Président-directeur général

Jean-Claude Gagnon
Premier vice-président – Direction commerciale

Gérald Plouffe
Premier vice-président – Direction financière

Denise Bilodeau
Vice-présidente – Ressources humaines

Suzanne Paquin
Secrétaire générale et vice-présidente – Services juridiques

Marielle Bissonnet
Adjointe du président-directeur général

L'année de tous les succès

Il y a quatre ans, le vœu le plus cher de la Direction commerciale était de se rapprocher du consommateur. Les habitudes et les façons de faire ont donc été graduellement modifiées pour que le client soit au centre des préoccupations de tout son personnel.

« C'est au cours de l'exercice 2001-2002 que toutes les forces ont véritablement convergé vers la satisfaction des besoins des Québécois », explique Jean-Claude Gagnon, premier vice-président à la Direction commerciale. Les quatre grandes divisions de sa direction (Ventes, Marketing, Achats et mise en marché, Logistique et distribution) ont en effet connu une synergie qui a propulsé l'entreprise au cœur du quotidien des Québécois. Pour le premier vice-président, la SAQ a connu un partage des sensibilités avec sa clientèle : « Pas étonnant, donc, que la société d'État ait été classée au 3e rang des entreprises les plus admirées des Québécois. »

La Division des achats et de la mise en marché ainsi que celle du marketing, par exemple, ont joint leurs efforts afin de proposer un plan publipromotionnel particulièrement efficace qui combinait la qualité des produits à la valeur des économies. La SAQ a donc offert à sa clientèle une trentaine de ces promotions réparties sur 52 semaines, traduisant ainsi une offre commerciale exceptionnelle.

Sur le plan de la logistique et de la distribution, la SAQ a maintenu de très hauts standards de qualité. Le Service de la livraison a élargi son territoire jusqu'en région éloignée, générant ainsi la croissance du parc de véhicules de l'entreprise et le nombre de camionneurs. Le réseau de succursales, les hôteliers et les restaurateurs de même que les gens de l'alimentation ont ainsi obtenu les produits désirés et dans les délais prévus, la Division de la logistique et de la distribution ayant connu ses meilleurs résultats face aux besoins de ces clientèles. L'exercice 2002-2003 sera par ailleurs une année de transition pour cette division. De nombreux investissements seront en effet consacrés à l'amélioration des infrastructures liées à la logistique, dont l'agrandissement du Centre de distribution de Montréal (CDM).

La Division des ventes, soutenue par les autres secteurs de la Direction commerciale, a occupé l'avant-scène de l'entreprise et livré une performance hors du commun. Avec un achalandage en croissance de 9,0 % et 10 nouvelles succursales, sans compter toutes les autres transformations de magasins, les équipes de vente ont fait des miracles sur la ligne de feu. Grâce à l'ouverture de deux vastes SAQ Dépôt (l'une à Montréal et l'autre à Québec) et au lancement d'une SAQ Signature au *Fairmont – Le Château Frontenac*, la société d'État répond et devance les besoins du marché en diversifiant son offre de services et de produits. Par ailleurs, les quelque 30 promotions ont exigé beaucoup de planification de la part des gestionnaires de succursale et l'expertise irremplaçable des équipes pour la mise en place et la préparation des magasins. Cette offre de service fait l'envie de tous les grands détaillants du Québec.

« Grâce à la valeur de notre personnel, à la qualité de notre réseau de magasins et des services qui le soutiennent, grâce à l'acuité de nos modes de mise en marché et à l'originalité de nos nouveaux concepts de succursales, la SAQ est devenue une référence, un modèle en matière de commerce de détail au Québec », conclut Jean-Claude Gagnon. Le succès du site Web de l'entreprise, SAQ.com, permettant aux internautes de faire leurs achats tout en s'informant des accords vins et mets ou du service du vin, traduit bien ce savoir-faire en matière commerciale.

Direction commerciale

Jean-Claude Gagnon
Premier vice-président

Diane Boivin
Vice-présidente au marketing

Alain P. Proteau
Vice-président aux achats et à la mise en marché

Serge Racette
Vice-président aux ventes

Luc Vachon
Vice-président à la logistique et à la distribution

La force tranquille

Dans les grandes organisations, la Direction financière n'est pas toujours la plus visible ni la plus citée, mais c'est pourtant là que sont les enjeux majeurs. Or, à la SAQ, les grands programmes arrivent tous à terme, dont VSOP, un projet capital et de vaste portée. Le succès d'une Direction financière forte et éclairée.

L'année 2001-2002 aura été celle, bien sûr, du développement d'un système intégré d'information en vue de la modernisation et de l'intégration de tous les processus de la SAQ. « L'outil permettant d'atteindre cet objectif est un progiciel de type *Enterprise Resources Planning* (ERP) que nous avons baptisé VSOP. Ce progiciel, constitué de modules spécialisés et d'une base de données unique, permettra la gestion intégrée des ressources financières et informationnelles de l'entreprise », précise Gérald Plouffe, premier vice-président à la Direction financière et grand champion du projet VSOP. Dans la phase 1, le progiciel couvrira et traitera toutes les données relevant des fonctions financières et des fonctions approvisionnement, logistique et distribution. Reportée d'un an afin d'assurer une intégration harmonieuse, son implantation définitive se fera le 30 mars 2003. Près de 38,7 millions de dollars ont été investis en 2001-2002 dans ce projet d'entreprise qui fera de la SAQ une organisation encore plus solide, plus efficace et plus rentable.

Composante de la Direction financière, la Vice-présidence aux finances s'est assurée du respect et de la saine gestion des pratiques d'affaires et de soutien de l'entreprise. « À cet égard, mentionne le premier vice-président, de nombreuses politiques de suivi de gestion ont été développées et mises en place. Le Service de la planification financière a préparé, cette année encore, de nombreuses analyses financières afin de soutenir les gestionnaires dans leurs décisions et d'assurer la maximisation des ressources disponibles. »

Le Service des ressources informationnelles (SRI) a poursuivi, pour sa part, le développement de cinq projets majeurs nécessaires à l'implantation de la solution ERP. Ces projets, qui seront tous achevés en 2002-2003, ont été largement livrés en 2001-2002. Il s'agit de la mise à niveau de la technologie en succursale, dont, bien sûr, les caisses enregistreuses, l'implantation d'un nouveau réseau de télécommunications, la mise en place de la suite *Tivoli* pour la surveillance de l'ensemble des composantes électroniques, le déploiement de *WIN 2000* dans les succursales et la création d'un entrepôt de données. De nouveaux serveurs corporatifs sont également en phase de validation et des outils de sécurité informatique, dont une carte à puce, sont en préparation.

L'implantation de la solution ERP est si importante qu'elle a entraîné la restructuration complète du SRI. « Nous évoluons en effet d'un environnement *main frame* à celui de clients-serveurs », précise Gérald Plouffe. Cette division est maintenant constituée de trois directions principales : Technologies informatiques, Applications informatiques et Stratégie informatique.

Direction financière

Gérald Plouffe
Premier vice-président

Jean D'Aquila
Vice-président aux finances

Jacques Boulva
Vice-président aux ressources informationnelles

Daniel Séguin
Directeur de la planification financière

Une œuvre, quatre Vice-présidences

Ils ont acheté et aménagé de nouveaux espaces administratifs. Ils ont obtenu une certification internationale en matière scientifique. Ils ont présenté la célèbre compétition de feux d'artifice de Montréal, rebaptisée Mondial SAQ. Ils ont conçu et mis en chantier la Galerie du Gouverneur. Bref, ils ont fait rayonner l'entreprise comme jamais dans son histoire : les gens de la Direction corporative.

De nombreux projets d'aménagement ont été menés de front par la Direction corporative au cours de l'exercice 2001-2002 sous la gouverne de M. Marcel Croux*. La Galerie du Gouverneur, dont les travaux ont débuté à la fin de l'année, fait partie de ces projets. Cet ensemble proposera un centre d'interprétation de l'histoire des Patriotes couvrant la période de 1828 à 1840, une cave de garde contenant quelque 75 000 bouteilles, une salle de réception, deux salles de dégustation mises à la disposition de la Maison du Gouverneur, des celliers en location et une salle SAQ relatant les 200 ans d'histoire des vins. La facture totale sera de 5,7 millions de dollars, une réduction de 30 % des coûts initialement prévus.

La Vice-présidence aux services corporatifs et à la région de Québec a procédé à l'acquisition et à l'aménagement de l'édifice Tellier, situé à proximité du Centre de distribution de Montréal (CDM), qui sera occupé en totalité par la SAQ en novembre 2002. Cette Vice-présidence a aussi revu et restructuré le Service de prévention, des enquêtes et de la sécurité de même que toute l'organisation des cafétérias du siège social et du CDM, dont la gestion a été confiée à une firme spécialisée.

Géré par la Vice-présidence aux communications, le programme de commandites d'entreprise a été révisé et son budget augmenté de quelques centaines de milliers de dollars. Il s'agit là d'un renforcement important de l'engagement de la SAQ dans son milieu. Le Service des communications a également organisé de nombreux événements publics : ouverture de succursales, conférences de presse, grands bals et lancements promotionnels.

La Vice-présidence à la gestion de la qualité a atteint, de son côté, d'excellents résultats. Son laboratoire, dont l'expertise est reconnue internationalement, a obtenu la certification ISO 17025, un gage de qualité et de conformité. En plus de cette réalisation, le personnel a procédé à l'installation et à la validation d'un ICP-MS (spectrophotomètre d'émission atomique à plasma d'argon couplé à un spectre de masse), un procédé utilisé pour analyser les métaux présents dans les boissons alcooliques.

À cela s'ajoutent les 48 779 analyses courantes d'échantillons, soit une augmentation de 7,5 % comparativement à l'année dernière. Par ailleurs, l'expertise du personnel du Service de la gestion de la qualité est sollicitée par les corps policiers pour procéder à l'analyse des échantillons de produits alcooliques saisis afin de connaître leur provenance et leur composition, d'une part, et pour les conseiller au cours de leurs enquêtes, d'autre part. Cette année, 3 363 échantillons provenant des corps policiers ont ainsi été analysés, une augmentation de 7,5 %.

Pour sa part, la Vice-présidence aux ressources humaines a renégocié en un temps record la convention collective du Syndicat canadien de la fonction publique, SL 3535 (STSAQ). Elle a aussi collaboré avec le SRI à la création d'un ensemble d'outils de gestion et de développement dont l'objectif est d'améliorer l'efficacité opérationnelle de plusieurs services. *Gasper*, un logiciel facilitant la gestion des assignations du personnel en succursale, et *Smirnoff*, un système servant à la gestion des opérations et à la prise de décision en matière de formation, en sont de bons exemples.

Enfin, le développement d'un tableau de bord pour les accidents de travail permet désormais aux gestionnaires d'observer et d'analyser en tout temps l'évolution des accidents en milieu de travail. Ainsi, les gestionnaires peuvent orienter leurs stratégies de prévention de manière à maintenir une bonne qualité de vie au travail et à réduire les cotisations versées à la CSST.

Direction corporative*

Marcel Croux
Premier vice-président*

Denise Bilodeau
Vice-présidente aux ressources humaines

Jacques Blais
Vice-président aux services corporatifs et à la région de Québec

Philippe Châtillon
Vice-président aux communications

Mario Lecompte
Vice-président à la gestion de la qualité et aux relations internationales

* La Direction corporative a été l'objet d'une restructuration en avril 2002, ce qui amena certaines Vice-présidences sous une autre direction. Ce rapport présente l'organisation de la Direction corporative au 31 mars 2002. Il est ainsi à noter que M. Marcel Croux, premier vice-président à la Direction corporative, a quitté la SAQ à la fin de l'exercice financier 2001-2002 pour se joindre à la direction de Loto-Québec.

conseils

sélection

découvertes

plaisirs

Près des gens, au cœur du monde

Les objectifs commerciaux de la SAQ ne sont pas les seuls enjeux de la société d'État. Développement durable, éthique, santé et sécurité, culture et traditions sont aussi des préoccupations d'entreprise.

Près de 600 organismes charitables, humanitaires et à vocation artistique ou culturelle ont ainsi bénéficié du programme de commandites d'entreprise, placé sous la gouverne de la Vice-présidence aux communications et par lequel la SAQ a distribué plus de 2,3 millions de dollars en espèces sonnantes et trébuchantes ou en produits.

engagement

Ces organisations ont majoritairement obtenu le soutien de la SAQ dans le cadre de campagnes de financement. Des *Rendez-vous du cinéma québécois* au Musée du Québec en passant par les Jeunesses Musicales du Canada et le Centre Canadien d'Architecture, la SAQ soutient la création, aide la culture. Elle épouse aussi bon nombre de causes médicales, par l'entremise de son aide à la Société canadienne du cancer, à la Fondation de la recherche sur les maladies infantiles et à l'Association québécoise de la fibrose kystique.

La société d'État appuie également de grandes œuvres caritatives. Sa vente aux enchères de vins rares et prestigieux a rapporté plus de 60 000 dollars à la Fondation du Musée du Québec tandis que le *Grand bal des vins-cœurs* a généré des revenus de 500 000 dollars, qui ont été remis au Fonds de Recherche de l'Institut de Cardiologie de Montréal.

œuvres caritatives

Le programme de commandites commerciales sous la responsabilité du Marketing a quant à lui permis de soutenir de grands événements culturels, dont le *Festival Montréal en lumière*, les *Fêtes de la Nouvelle-France*, le *Festival International de Jazz de Montréal*, le *Mondial SAQ* et les *Internationaux de tennis de Montréal*. La SAQ a également été partenaire de nombreux événements à caractère régional tels que le *Festival de la gibelotte* de Sorel, le *Concours international équestre* de Bromont, le *Mondial des Cultures* de Drummondville et la *Traversée internationale du lac St-Jean*.

En matière d'environnement, la SAQ a investi plus de 1,3 million de dollars dans un plan stratégique qui s'articule autour de 3 grands axes : le financement de la collecte sélective municipale, l'aide à l'industrie du recyclage du verre et la promotion de la récupération.

environnement

Pour ce faire, la SAQ a lancé, conjointement avec RECYC-QUÉBEC, deux programmes d'aide consacrés à la valorisation du verre au Québec, l'un visant à développer des méthodes et des technologies nouvelles pour l'utilisation optimale du calcin (verre concassé), l'autre cherchant à stimuler la qualité du travail dans les centres de tri en favorisant le traitement du verre selon sa couleur (vert, translucide ou mixte). Ce dernier programme propose le financement partiel du transport du verre des centres de tri vers les conditionneurs (les entreprises qui transforment le verre en calcin) selon des échelles qui favorisent le verre incolore et le verre vert, des matériaux qui ont une plus grande valeur sur le marché et qui représentent un fort potentiel de croissance.

Par ailleurs, la SAQ reste fortement préoccupée par la consommation exagérée d'alcool. C'est pourquoi l'entreprise a accru de 90 % son engagement financier à l'égard d'Éduc'alcool, un organisme à but non lucratif dont la mission est de promouvoir la consommation réfléchie d'alcool. La contribution de la SAQ a ainsi atteint 1,9 million de dollars en 2001-2002, ce qui a permis à Éduc'alcool de mener, une fois de plus, de nombreuses campagnes de prévention auprès de groupes cibles dont, bien sûr, les jeunes. Est-il nécessaire de le rappeler, plusieurs études démontrent que les Québécois boivent moins et mieux qu'ailleurs au Canada et que leur relation à l'alcool est saine, ce produit étant considéré comme une source de plaisir plutôt que d'évasion.

Mentionnons, à tous égards, que la consommation de vin au Québec – qui est passée de 12,1 litres en moyenne par année et par habitant en 1995 à 15,3 litres en 2000 – reste à des années-lumière des statistiques italiennes (51,5 litres par habitant), françaises (57,2 litres) ou luxembourgeoises (61,0 litres).

La SAQ a poursuivi ses efforts dans le but de réaliser des ventes responsables. Elle vise ainsi à éviter les achats faits par ou pour des mineurs et par des personnes manifestement en état d'ébriété. Le personnel des succursales et tout nouvel employé ont donc reçu la formation « Savoir refuser », qui leur donne les outils pour appliquer l'éthique de vente en toute circonstance. La qualité et l'efficacité de la vidéo produite pour soutenir cette formation ont d'ailleurs été reconnues par l'Association internationale des professionnels de la communication (AIPC), qui a décerné un prix *Ovation*, mention excellence, dans la catégorie *Vidéo et diaporama*. Cette préoccupation sociale a été véhiculée par deux importantes campagnes de promotion publiques. Grâce au soutien du personnel, à l'appui de la direction et à la participation du Syndicat des employés de magasins et de bureaux (SEMB), cette responsabilité éthique fait désormais partie du travail quotidien en succursale.

Enfin, la *Maison du Gouverneur*, édifice voisin du siège social de l'entreprise et qui fut le lieu de résidence du gouverneur de la prison de Montréal avant que la SAQ installe ses quartiers dans le pénitencier, se consacre à la diffusion des connaissances sur le monde du vin et de la vigne. Cette année, la Fondation qui gère la *Maison du Gouverneur* a reconduit deux importantes bourses d'études et de perfectionnement en sommellerie qu'elle avait créées en 2000.

Pleins feux sur les régions

À Cap-d'Espoir, à Saint-Georges-de-Malbaie, à Saint-Damase, à Point Comfort, à Aguanish, à Newport, à Saint-Dominique-du-Rosaire, à Lac-du-Cerf, partout, la SAQ s'étend. Dans ces petites communautés, elle a implanté des agences, permettant au meilleur épicier d'offrir à sa clientèle une gamme étendue de boissons alcooliques : spiritueux, vins, cidres et portos.

À Montréal, à Morin-Heights, à Fleurimont, à Napierville, à Saint-Jean-Chrysostome, à Québec, partout, la SAQ s'étend. Dans les marchés importants qu'elle n'occupait pas encore, l'entreprise ouvre des succursales : SAQ Classique, SAQ Sélection, SAQ Dépôt et SAQ Express.

succursales

Du Grand Nord au petit village blotti au pied de montagnes d'épingles, la SAQ s'enracine, s'inscrit dans le quotidien. Oui, elle faisait déjà partie du portrait de famille des Québécois, mais des coins de l'arrière-pays lui étaient étrangers. Aujourd'hui, ce n'est plus vrai. L'ancienne *Commission des liqueurs* est désormais tissée aussi serré que les catalognes de nos grands-mères.

Le réseau de la SAQ s'est en effet enrichi de 10 nouvelles succursales et de 147 agences, créant ici 2 emplois, là 4. Ailleurs, la SAQ permet à un petit épicier d'accroître son chiffre d'affaires et peut-être d'embaucher un employé de plus. Elle a aussi déménagé dans des locaux plus appropriés ou rénové de fond en comble 49 autres succursales, pour un investissement de près de 10 millions de dollars. C'est de cette façon qu'elle contribue à la vitalité des économies locales, plusieurs contrats étant accordés à de petits fournisseurs ou à des PME, notamment du domaine de la construction.

Au total, la SAQ a créé près de 600 emplois permanents et 700 à temps partiel depuis 1999. Pour le seul exercice 2001-2002, la société d'État a créé 175 emplois, une statistique étonnante et peu médiatisée en regard de grands projets industriels qui retiennent l'attention et qui supposent, parfois, de bien faibles retombées sur le plan de la main-d'œuvre.

emplois

Ce n'est pas tout puisque les équipes de succursale sont souvent engagées dans des événements régionaux qui font la fierté des communautés. Pas moins de 72 commandites commerciales ont ainsi été accordées à des fêtes ou à des événements très émouvants. À Sorel, le directeur de la succursale, André Bélanger, et son équipe ont donné un coup de pouce à l'organisation du *Festival de la gibelotte*. À Lac-Brome, Gilles De la Durantaye et son groupe ont prêté main-forte au *Festival du canard* et à Drummondville, l'équipe de Carol Boulanger a poussé à la roue pour que le *Mondial des Cultures* soit une réussite. L'engagement spontané des équipes de succursale fait tache d'huile et contribue à la vivacité culturelle des régions...

fierte

Tendre la main à ses partenaires

Au cours de l'exercice 2001-2002, la SAQ a créé un poste d'ombudsman lié aux relations d'affaires qui a été confié à M. Jacques Desmeules, ancien président-directeur général de l'entreprise. Cet ombudsman agit en qualité d'interlocuteur auprès des différents partenaires commerciaux de la SAQ, soit les fournisseurs de boissons alcooliques, les agents promotionnels de ces fournisseurs et les titulaires de permis émis en vertu de la *Loi des permis d'alcool* ainsi que leurs associations respectives. M. Desmeules jouit d'une indépendance absolue à l'égard de la direction de la SAQ, de façon à exercer sa fonction en toute impartialité. Son travail consiste notamment à régler les différends et à répondre aux plaintes des partenaires d'affaires en suivant un processus équitable pour chacune des parties. Il a le pouvoir de faire des recommandations au président-directeur général et peut être chargé de mener des enquêtes et de produire des rapports en conséquence. Il est également tenu à la confidentialité pour tous les renseignements obtenus dans l'exercice de ses fonctions.

impartialité

confidentialité

Les partenaires : une volonté manifeste de rapprochement

excellence du service

La SAQ a la ferme intention d'atteindre les mêmes niveaux d'excellence de service auprès de toutes ses clientèles. Ainsi, quelque 14 000 hôtels, restaurants, bars et discothèques sont désormais desservis par 2 centres d'appels situés à Montréal et à Québec de même que par 300 succursales dédiées, notamment, à ces titulaires de permis en région. Pour la seule année 2001-2002, le centre d'appels de Montréal a accru de 37 % ses ventes, qui ont dépassé les 100 millions de dollars, une réalisation qui démontre que cette clientèle profite de ce nouveau service, tout comme à Québec d'ailleurs. Ces titulaires de permis ont été invités à découvrir de nouveaux produits à l'occasion des différents salons tenus au Québec et dont la SAQ est généralement commanditaire. Une formation pointue et sur mesure a été préparée à l'intention du personnel de certains de ces hôtels et restaurants afin qu'il puisse bien connaître la carte des alcools et maîtriser les notions du service du vin. Enfin, la SAQ a participé à diverses activités de l'Association des hôteliers du Québec et de l'Association des restaurateurs du Québec, deux importants partenaires de l'industrie des boissons alcooliques.

Dans le secteur de l'alimentation, quelque 8 600 épiciers et dépanneurs ont bénéficié du programme de la SAQ pour la revitalisation des ventes dans ce milieu. Des cours ont été dispensés au personnel de même qu'aux propriétaires afin d'enseigner les règles de base sur les accords des vins et mets et les principes généraux sur le vin. L'entreprise a également poursuivi le développement et le remplacement des unités d'étalage en créant, pour ce réseau, des présentoirs pour les vins de qualité certifiée (VQC). Enfin, des animateurs, tous employés de la SAQ, ont visité pas moins de 250 épiceries des régions de Montréal et de Québec afin d'expliquer aux gens les distinctions à faire en matière de vin. Conséquence ? La part de marché des vins de catégories supérieures vendus en épicerie a atteint près de 30 % en dollars. Une première.

catégories supérieures

En 2001-2002, le marché du vin, du cidre et des *coolers* en épicerie est partagé entre deux grands groupes : la Maison des Futailles SEC et Vincor. Le premier groupe, né de la fusion de l'usine d'embouteillage de la SAQ et de deux embouteilleurs privés, est détenu à parts égales par la SAQ et le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec (FTQ). Au cours de l'exercice financier 2001-2002, la Maison des Futailles SEC s'est notamment porté acquéreur d'un terrain en Ontario en collaboration avec la maison française *Michel Picard*. Le site retenu est situé sur la route des vins, dans la péninsule du Niagara. La Maison des Futailles SEC a également lancé une sélection spéciale de vins *El Senador* sur le marché cubain ainsi qu'un vinier de trois litres sur le marché américain, sans compter de nombreux produits sur le marché québécois.

La machine au service de l'homme

L'intégration de tous les processus d'affaires de la SAQ sous un même support dans le but de moderniser complètement son système d'information est une tâche colossale.

C'est pourtant le but que se sont fixé les artisans du projet VSOP. Le progiciel qui sera implanté fera table rase de tous les vieux systèmes informatiques – ils sont plus de 40 – dont plusieurs étaient sourds au langage des autres. En marche depuis deux ans, ce projet sera terminé à l'automne 2002 et les derniers tests transactionnels de volume seront réalisés à l'hiver, le démarrage ayant été reporté au 30 mars 2003. Cette mise en fonction au printemps est la plus propice : elle esquive la période estivale et les vacances des employés de même que les moments de grande fébrilité commerciale de l'automne et de l'hiver.

Ce report d'un an permettra aussi de s'assurer de la stabilité du système intégré de gestion, dont l'implantation est invariablement compliquée pour les entreprises adoptant une telle solution. Cet ERP demeure en effet le système le mieux adapté et celui qui offre les meilleures perspectives d'évolution pour une entreprise aussi complexe que la SAQ.

Cette vaste refonte exige d'importantes ressources humaines et transformera principalement le travail des employés des services administratifs. Le projet VSOP comporte ainsi un volet majeur lié à la gestion du changement. Ce volet a été pris en charge par la Vice-présidence aux ressources humaines afin que le passage à cette technologie se fasse dans les meilleures conditions possibles. Pas moins de 33 postes temporaires ont, par ailleurs, été convertis en postes réguliers pour mener à terme cette formidable transformation informatique.

ressources humaines

Portails privé et public

La SAQ s'est lancée dans le commerce électronique. Après la création du site SAQ.com, elle présentait en 2001 un portail public permettant de faire des transactions interentreprises. De concert avec son partenaire Technologies Interactives Médiagrif, elle proposait alors une nouvelle façon de commercer et une réponse aux exigences de la mondialisation des marchés. La SAQ propose aujourd'hui un second portail, privé cette fois, le SAQ.b2b, qui offre aux fournisseurs de la SAQ la possibilité de répondre électroniquement, sans frais, aux commandes de l'entreprise.

interentreprises

Le commerce électronique interentreprises est un phénomène puissant, irréversible et incontournable. La SAQ, par exemple, traite avec 1 800 fournisseurs dans quelque 60 pays. Dans un tel contexte, les communications téléphoniques multiples pour une seule transaction avec l'envoi croisé de nombreux documents par télécopieur apparaissent d'un autre âge. Le commerce électronique n'est plus la voie de l'avenir : c'est d'ores et déjà la seule façon efficace de commercer !

avenir

La gestion et le gros bon sens...

À la SAQ, la qualité des relations de travail est l'objet d'une attention particulière. Ainsi, l'entreprise a négocié et signé, en un temps record, une convention de travail de quatre ans mutuellement profitable avec le Syndicat canadien de la fonction publique, SL 3535 (STSAQ).

Dans la même logique, l'entreprise mise beaucoup sur le travail de deux comités paritaires en santé et sécurité. Celui qui lie l'entreprise au SEMB participe à la création et contribue au maintien d'un environnement de travail sain dans les bureaux et dans le réseau des succursales. Il favorise la participation et la responsabilisation de plusieurs intervenants dans la mise en place d'une approche « proactive ». Celui qui regroupe des représentants de la SAQ et du SCFP sl 3535 a pour objectif d'intégrer les activités de prévention dans le fonctionnement des centres de distribution de la SAQ : de la planification jusqu'à la production.

responsabilisation

La sensibilité de l'entreprise à l'égard de l'environnement de travail s'exprime aussi depuis plusieurs années par le service de l'ombudsman consacré aux questions internes. Ce spécialiste offre des conseils et une assistance aux membres du personnel qui considèrent avoir été lésés sur le plan de la justice, de l'équité ou encore des droits de la personne. La SAQ donne aussi accès à ses employés à un Service d'aide personnelle dont la nature est confidentielle. Les différents spécialistes (psychologues, travailleurs sociaux, etc.) apportent l'écoute et le soutien nécessaires aux employés qui connaissent des problèmes personnels : conjugaux, familiaux, de santé mentale, affectifs ou de toxicomanies.

En matière de ressources humaines, l'année a été marquée par une forte croissance du temps consacré à la formation. Sensible à la valorisation du personnel et au développement de son expertise, la SAQ a ainsi livré plus de 35 000 heures de cours à quelque 3 400 employés. La moitié de cette formation fut adressée aux employés de succursale par l'entremise de *Carrefour Compétences*, le centre de formation commerciale de la SAQ. Le tiers fut livré aux autres employés en vue de l'intégration du projet VSOP.

valorisation

Enfin, l'entreprise a mis en place un programme de gestion de la performance qui a d'abord été utilisé à la Direction des ventes, où tous les cadres sont non seulement évalués en fonction des objectifs d'affaires, mais aussi en fonction de leurs qualités personnelles. Cette nouvelle approche, bientôt appliquée à tous les cadres de l'entreprise, est centrée sur le développement des individus et sur leurs compétences générales.

compétences

Composition de l'effectif régulier au 30 mars 2002

Par années de service

Moins de 10 ans	543
Entre 10 et 14 ans	362
Entre 15 et 19 ans	396
Entre 20 et 24 ans	736
Entre 25 et 29 ans	629
Entre 30 et 34 ans	64
Plus de 35 ans	9
TOTAL	**2 739**

Postes réguliers au 30 mars 2002

Répartition par sexes et par groupes d'appartenance

	Hommes	Femmes	Total
Cadres supérieurs	102	34	136
Cadres intermédiaires	58	25	83
Directeurs de succursale	300	48	348
Personnel non syndiqué	7	57	64
SPTP et SEMB (bureaux)	194	263	457
SEMB (succursales)	776	300	1 076
SCFP sl 3535 (STSAQ)	531	44	575
TOTAL	**1 968**	**771**	**2 739**
SEMB (succursales – temps partiel)			2 449
GRAND TOTAL			**5 188**

À l'effectif régulier s'ajoutent 249 employés à temps partiel (bureaux) ou temporaires travaillant dans les services administratifs.

Également, 266 employés temporaires et réguliers non titulaires travaillent en période de pointe ou en remplacement du personnel permanent dans les entrepôts.

SPTP : Syndicat du personnel technique et professionnel.
SEMB : Syndicat des employé(e)s de magasins et de bureaux.
SCFP sl 3535 (STSAQ) : Syndicat canadien de la fonction publique, local 3535.

L'alcool donnerait-il la soif d'apprendre ?

Les employés de la SAQ ont la réputation bien méritée d'être de fins connaisseurs en matière d'alcool et d'accords vins et mets. Cette connaissance approfondie du monde des boissons alcooliques et des besoins de la clientèle, ils vont notamment l'acquérir à *Carrefour Compétences*, un centre de formation commerciale dédié aux employés de la SAQ. Cette école a ainsi dispensé, en 2001-2002, 19 programmes différents représentant 219 sessions d'enseignement et 2 224 participants (un employé pouvant suivre plus d'une session). Ces programmes portent sur la connaissance des produits, bien sûr, mais aussi sur le service à la clientèle et sur les techniques de vente.

techniques

Carrefour Compétences a aussi formé de nombreux employés occasionnels embauchés pour la période de l'été et pour le temps des fêtes. Les formateurs de *Carrefour Compétences* ont développé, par ailleurs, plusieurs nouveaux programmes, dont des ateliers sur les vins de France, d'Italie, d'Alsace, de la vallée du Niagara, de Californie, etc.

formateurs

Le centre de formation commerciale a produit de nombreux documents d'information qui ont été déposés dans l'intranet de l'entreprise dans une perspective de formation continue. On y trouve des techniques de vente, des trucs de marchandisage et même des recettes de cocktails. Enfin, *Carrefour Compétences* a soutenu plusieurs projets en collaboration avec les partenaires d'affaires de l'entreprise, dont des concours mettant à l'épreuve les connaissances des employés et portant sur des régions vinicoles (Côtes-du-Rhône, Roussillon, etc.). Grâce à ce centre de formation, la SAQ s'assure que son personnel sera toujours apprécié de la clientèle et à l'écoute de ses besoins.

Le vin partagé est toujours bon

Quel somptueux plaisir que de partager un bon vin entre amis et de discourir sur sa robe, ses parfums et sa texture. Au fil des ans, des milliers de Québécois ont découvert l'univers ludique de la dégustation du vin. Depuis déjà plusieurs années, la SAQ offrait des cours sur la connaissance du vin, sa dégustation et sur l'alcool en général. Les places, toutefois, étaient rares. L'entreprise a donc décidé d'accroître ce service. Conséquence ? Environ 3 500 Québécois ont suivi en 2001-2002 l'un ou l'autre des 5 cycles offerts par la SAQ, dont l'initiation à la viniculture et à la dégustation (cycle 1), les vins de France, d'Italie et du Nouveau Monde (cycle 2), la vigne, les cépages et les accords vins et mets (cycle 3), le porto et les bières (cycles 4 et 5).

À Montréal, à Québec et ailleurs en région, 185 groupes ont suivi les cours *Les Connaisseurs* orchestrés par le Service des communications de l'entreprise. La SAQ contribue de la sorte à l'émergence d'une nouvelle génération de Québécois, mieux préparée à la consommation de l'alcool et plus sensible aux notions du goût, des parfums et des odeurs.

nouvelle génération

Sur cette lancée, le groupe *Les Connaisseurs* a conçu et mis de l'avant un programme d'animation-conseil à l'intention du réseau des épiciers. Quinze animateurs, tous employés de la SAQ, ont sillonné les régions de Québec et de Montréal afin de présenter dans les chaînes d'alimentation (plus de 250 magasins au total) des animations qui initient la clientèle au monde vinicole tout en l'encourageant à raffiner et à développer son goût pour les produits de qualité.

raffiner

Parallèlement à ces animations-conseils, le groupe *Les Connaisseurs* a préparé une formation à l'intention des gens de l'alimentation (propriétaires et employés) afin que ceux-ci puissent, à leur tour, conseiller les clients sur les produits offerts dans leur magasin et qu'ils fassent la promotion des vins haut de gamme : les appellations d'origine contrôlée (AOC), *Les Découvertes* et les vins de qualité certifiée (VQC).

Populaires, les promos !

Grâce à un plan publipromotionnel réglé au quart de tour, la SAQ est entrée dans le quotidien des Québécois. Mieux, elle le partage. La trentaine de promotions menées au cours de l'exercice 2001-2002 ont interpellé la clientèle comme jamais. En effet, cette dernière s'est prévalue des économies proposées par des promotions à l'imagerie sympathique : *Halloween – Rabais mystère...*, *Château de la plage*, *Caisse d'épargne*, *Saveurs d'abondance*, les *TRIPAQ*...

Des ventes promotionnelles de 232,7 millions de dollars ont ainsi été réalisées au cours de l'exercice 2001-2002, permettant à l'entreprise d'atteindre un chiffre d'affaires de 2,183 milliards de dollars. Les coûts totaux pour la SAQ ont été de 24,3 millions de dollars, soit l'équivalent de 1,1 % des ventes brutes.

populaire

Parmi les promotions les plus appréciées, notons celle de 10 % de rabais sur tout achat de 100 $ et plus. Exécutée à 4 reprises durant l'année, cette promotion, populaire auprès du public, a généré des ventes d'un peu plus de 24 millions de dollars. Par ailleurs, les ventes d'entrepôt, effectuées simultanément au Centre de distribution de Montréal et à celui de Québec, ont connu un succès retentissant avec des ventes brutes totales de 5,9 millions de dollars, soit le double des ventes de l'an 2000. Pour l'occasion, des rabais pouvaient atteindre 50 % sur des produits sélectionnés.

bons coups

Malgré les succès des unes et les bons coups des autres, la promotion générant le plus de ventes reste le solde d'après-Noël. En seulement 2 jours, ce rabais du lendemain de Noël a entraîné des ventes de plus de 22 millions de dollars. La SAQ a aussi marqué de bons résultats avec ses circulaires encartées dans la revue *SAQprimeurs*. Chaque mois, cette circulaire propose des économies allant jusqu'à 25 % sur plusieurs produits. Ainsi, *Réserve des fêtes*, *Honneur à l'Écosse* et *Plaisirs de dégustation* sont les circulaires qui ont eu la cote avec des ventes respectives de plus de 17 millions, de 14 millions et de 12 millions de dollars. Pas mal, ces promos !

distribution

commandes
spéciales

importations
privées

entrepôts

Le vin, une passion que les Québécois cultivent

Les ventes brutes dans le réseau des succursales se sont accrues de quelque 161 millions de dollars, soit une augmentation intéressante de 10,3 % sur l'an dernier. Qui plus est, l'exercice 2000-2001 comportait, sur le plan comptable, 53 semaines au lieu de 52. Détail important, car cette semaine supplémentaire représente environ 20 millions de dollars en ventes additionnelles. Bref, la croissance des ventes dans le réseau des magasins de la SAQ serait, dans les faits, de 11,8 % en comparaison de l'an dernier.

En volume, cette croissance (comparée à une année normale de 52 semaines) serait de 11,4 %, une statistique exceptionnelle. Les vins contribuent à cette croissance en volume dans une proportion de 54,3 %, les boissons panachées (*coolers*) de 42,7 % et les spiritueux de 3,0 %.

Globalement, le Québec se situe dans le peloton de tête des provinces où il se consomme le plus de vin, la moyenne étant de 15,3 litres par année et par habitant. Pas étonnant donc que les ventes de vin représentent 67 % du chiffre d'affaires de la SAQ et 75 % du volume total des boissons alcooliques écoulées dans son réseau de succursales. Pas moins de 80 % des inscriptions à son répertoire des produits sont constituées de marques de vin. La lente progression du prix du vin favorise, par ailleurs, le créneau des produits de 10 dollars et moins. Cette catégorie compte pour 43,6 % de tous les vins tranquilles courants vendus à la SAQ.

La SAQ affiche ses « coolers »

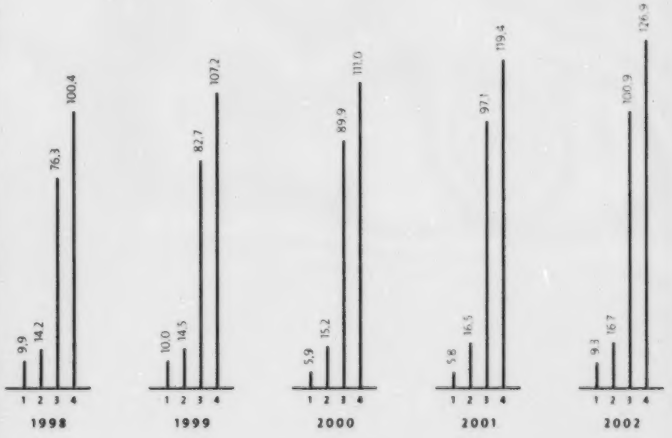
Les boissons panachées (*coolers*) qui contiennent des spiritueux, telle la *Smirnoff Ice*, sont des produits-vedettes à la SAQ. La croissance des ventes de ces produits est fulgurante (275 % en 2001-2002) et leur consommation s'étend sur l'année entière. Boire un *cooler* n'est donc pas un geste purement estival. L'exercice 2001-2002 comporte ainsi un revenu de 45,4 millions de dollars sur le plan des ventes des *coolers*, soit 600 000 caisses de 9 litres.

D'autres produits ont également le vent dans les voiles à la SAQ. Les vins des Côtes-du-Rhône ont connu une croissance de 27,2 %, suivis des rosés (21,9 %), des vins d'Alsace (19,6 %), d'Espagne (14,7 %), d'Italie (13,6 %), de France (11 %) et notamment de la Bourgogne (10,4 %). Du côté des spiritueux, on remarque la nette progression des amers (13,7 %), des alcools anisés (8,4 %) et des liqueurs (8,1 %), dont les boissons à la crème (32,5 %) et les liqueurs d'amande (5,5 %).

Ventes de vins, de spiritueux et d'autres produits

(succursales, centres spécialisés et grossistes-épiciers)

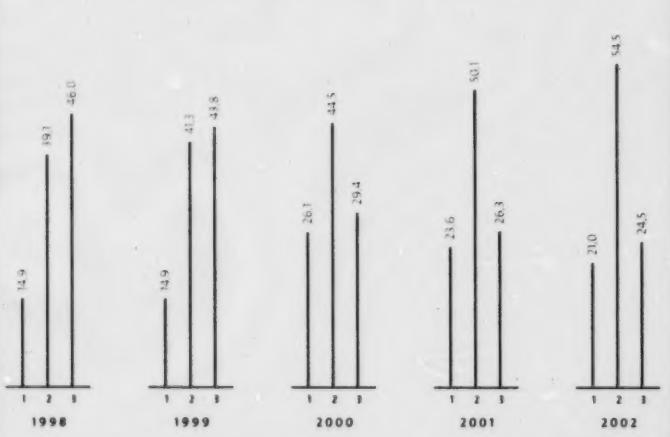
(EN MILLIONS DE LITRES)



1. Bières importées et artisanales, cidres et boissons panachées
2. Spiritueux 3. Vins 4. Total

Évolution du marché des vins selon leur provenance

(EN POURCENTAGES DU VOLUME TOTAL DES VENTES)



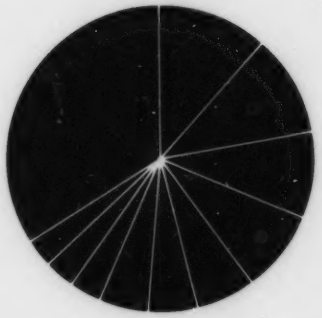
1. Vins embouteillés par Maison des Futailles SEC 2. Vins importés, embouteillés au pays d'origine 3. Vins embouteillés par les autres fabricants du Québec

Appellations les plus populaires

(AOC et DOC)

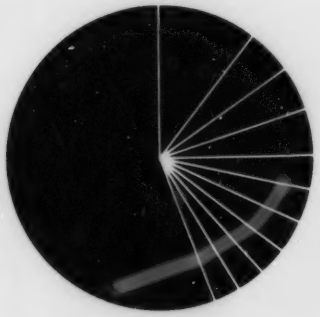
(VINS TRANQUILLES COURANTS EN VOLUME)

Vins blancs



11,6 %	Bordeaux	5,2 %	Bourgogne-aligoté
10,7 %	Muscadet	3,3 %	Castelli-romani
9,1 %	Colli-albani	3,2 %	Chablis
8,6 %	Alsace	3,0 %	Côtes-du-rhône
6,2 %	Cerveteri	33,9 %	Autres
5,2 %	Orvieto-classico		

Vins rouges



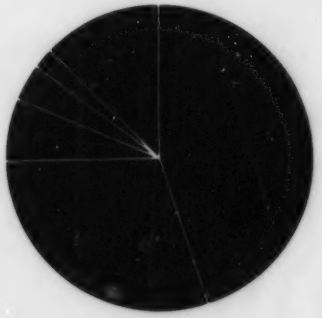
10,5 %	Bordeaux	3,6 %	Valencia
4,9 %	Côtes-du-rhône	3,5 %	Chianti
4,8 %	Montepulciano d'abruzzo	3,0 %	Corbières
		3,0 %	Coteaux-du-languedoc
4,7 %	Valpolicella	2,8 %	Côtes-du-ventoux
3,6 %	Brouilly	55,6 %	Autres

Cépages les plus populaires

(VCC)[1]

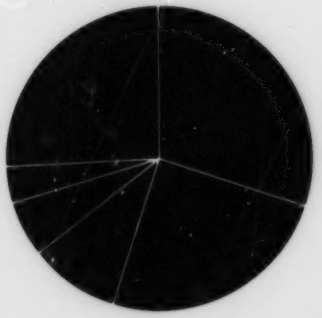
(VINS TRANQUILLES COURANTS EN VOLUME)

Vins blancs



45,0 %	Chardonnay	2,2 %	Sémillon (avec chardonnay ou sauvignon)
29,8 %	Sauvignon blanc		
6,6 %	Trebbiano et ugni blanc		
3,9 %	Fumé blanc	12,5 %	Autres

Vins rouges



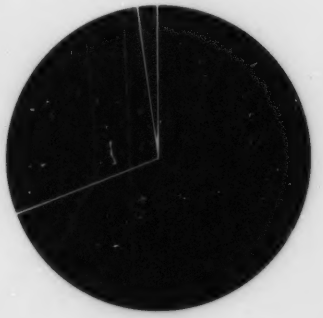
30,2 %	Merlot	5,9 %	Malbec
24,8 %	Cabernet-sauvignon	3,9 %	Pinot noir
9,5 %	Sangiovese	25,7 %	Autres

La couleur

Répartition des ventes de vins tranquilles courants selon la couleur

(EN POURCENTAGES DU VOLUME DES VENTES)

TOUS LES FORMATS



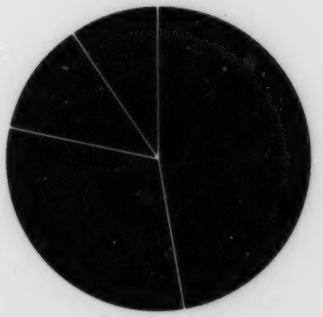
69,2 %	Vins rouges	2,1 %	Vins rosés
28,7 %	Vins blancs		

La qualité

Répartition des ventes de vins tranquilles courants selon la couleur

(EN POURCENTAGES DU VOLUME DES VENTES)

TOUS LES FORMATS



47,4 %	AOC vins importés[3]	12,1 %	VCC locaux[2]
31,1 %	VCC importés avec mention de cépage ou de vin de pays	9,4 %	VCC autres importés[1]

(1) Vins de consommation courante.

(2) Local : produit du Quebec, principalement des formats de 4 litres et de 20 litres.

(3) Vins d'appellation d'origine contrôlée.

Consommation de vins, de bières et de spiritueux

Consommation canadienne

Exercice 1999-2000 (par personne de 15 ans et plus)

	Vins (en litres)	Rang	Bières (en litres)	Rang	Spiritueux (en litres)	Rang	Total (en litres d'alcool absolu)	Rang	Montant (en dollars)	Rang
Yukon	17,4	1	146,7	1	12,5	1	12,6	1	924,8	1
Alberta	12,1	4	89,6	4	7,9	5	8,6	2	532,5	6
Territoires du Nord-Ouest	7,4	7	79,5	7	9,5	2	7,9	3	754,6	2
Terre-Neuve	4,7	12	93,6	3	7,3	9	7,9	4	604,1	3
Colombie-Britannique	13,9	3	78,1	9	7,3	10	7,6	5	547,3	5
Ontario	10,6	5	83,2	5	7,4	8	7,6	6	518,5	8
Québec	**15,3**	**2**	**95,3**	**2**	**2,7**	**12**	**7,5**	**7**	**556,6**	**4**
Nouvelle-Écosse	7,3	8	79,5	8	7,8	6	7,4	8	518,9	7
Manitoba	7,7	6	76,2	11	8,5	3	7,4	9	467,6	11
Île-du-Prince-Édouard	6,3	10	77,3	10	7,5	7	7,0	10	487,3	9
Saskatchewan	4,8	11	74,7	12	8,2	4	6,9	11	441,5	12
Nouveau-Brunswick	6,5	9	80,5	6	6,0	11	6,5	12	475,5	10
Canada	11,7		85,6		6,3		7,6		529,8	

Consommation québécoise

Exercices 1995-1996 à 1999-2000 (par personne de 15 ans et plus)

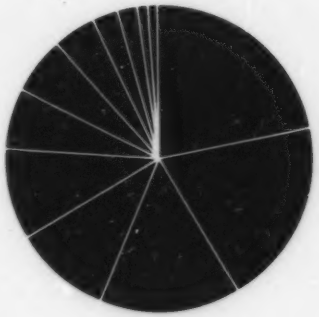
	2000	1999	1998	1997	1996
Vins					
en litres	15,3	14,2	13,0	12,9	12,4
en dollars	164,2	143,0	124,0	117,7	109,6
Bières					
en litres	95,3	94,4	91,2	90,4	91,4
en dollars	327,6	322,1	308,6	261,1	252,9
Spiritueux					
en litres	2,7	2,6	2,5	2,5	2,5
en dollars	64,8	62,5	60,2	59,5	60,0
Total [1]					
en litres	113,3	111,1	106,6	105,8	106,3
en dollars	556,6	527,7	492,8	438,2	422,4

(1) Les données du total peuvent ne pas correspondre en raison de l'arrondissement.
Source : Statistique Canada

Les spiritueux

Répartition des ventes de spiritueux par catégories

(EN POURCENTAGES DU VOLUME DES VENTES)



22,0 % Liqueur
19,6 % Vodka
14,8 % Rhum
10,2 % Dry gin
9,6 % Brandy
6,4 % Scotch
6,0 % Whisky
4,5 % Genièvre
2,7 % Cognac
2,1 % Alcool
1,1 % Apéritif
1,0 % Tequila

Les clientèles

Répartition des ventes selon les types de clientèles

(EN POURCENTAGES DU VOLUME DES VENTES)

76,6 % Consommateurs
23,4 % Titulaires de permis

Les vins

Répartition des ventes de vins tranquilles courants selon le pays d'origine

(EN POURCENTAGES DU VOLUME DES VENTES)

44,7 % France
23,0 % Italie
12,3 % Canada
5,6 % Espagne
3,8 % Chili
3,1 % États-Unis
7,5 % Autres

Le prix des spiritueux

Répartition des ventes de produits courants

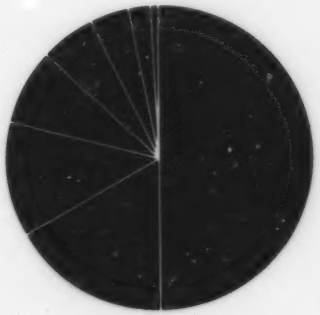
(EN POURCENTAGES DU VOLUME DES VENTES)
TOUS LES FORMATS (BASE DE 750 ML)

29,4 % Moins de 20 $
58,4 % 20 $ à 25 $
12,2 % PLUS DE 25 $

Les produits

Répartition des ventes par catégories de produits

(EN POURCENTAGES DU VOLUME DES VENTES)

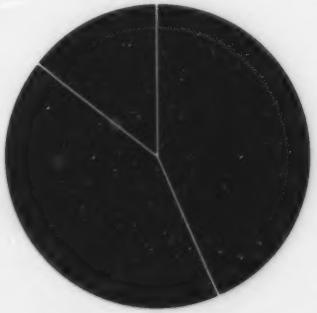


50,0 % Vins courants (autres)
16,8 % Spiritueux
12,2 % 3 L, 4 L, 10 L, et 20 L (vins tranquilles courants)
8,0 % Vins de spécialité
5,8 % Cidres et boissons panachées
4,1 % Vins en vrac
2,3 % Bières importées et artisanales
0,8 % Vins sous étiquettes personnalisées

Le prix des vins

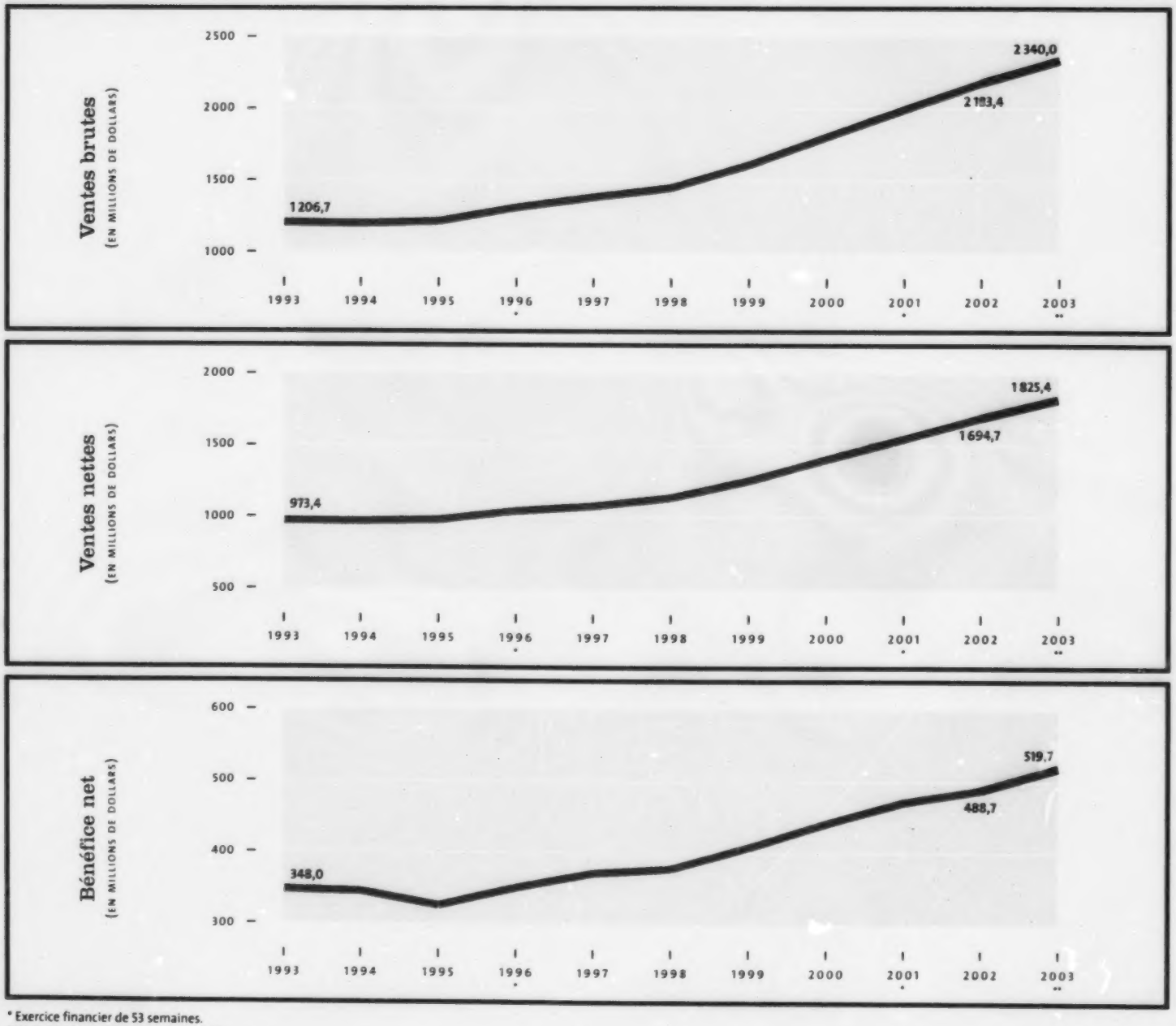
Répartition des ventes de produits courants

(EN POURCENTAGES DU VOLUME DES VENTES)
VINS TRANQUILLES – TOUS LES FORMATS (BASE DE 750 ML)

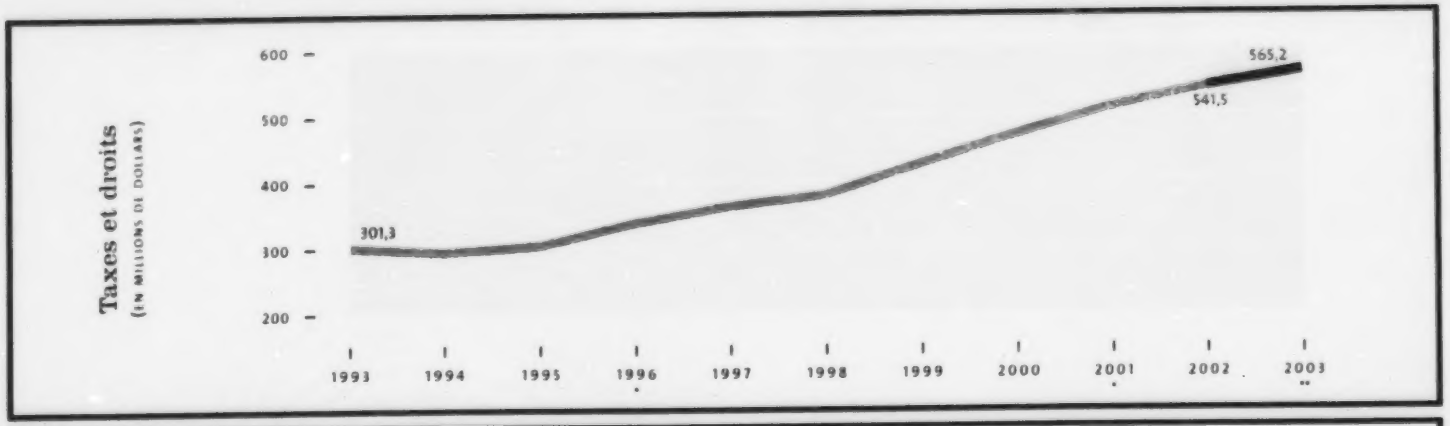


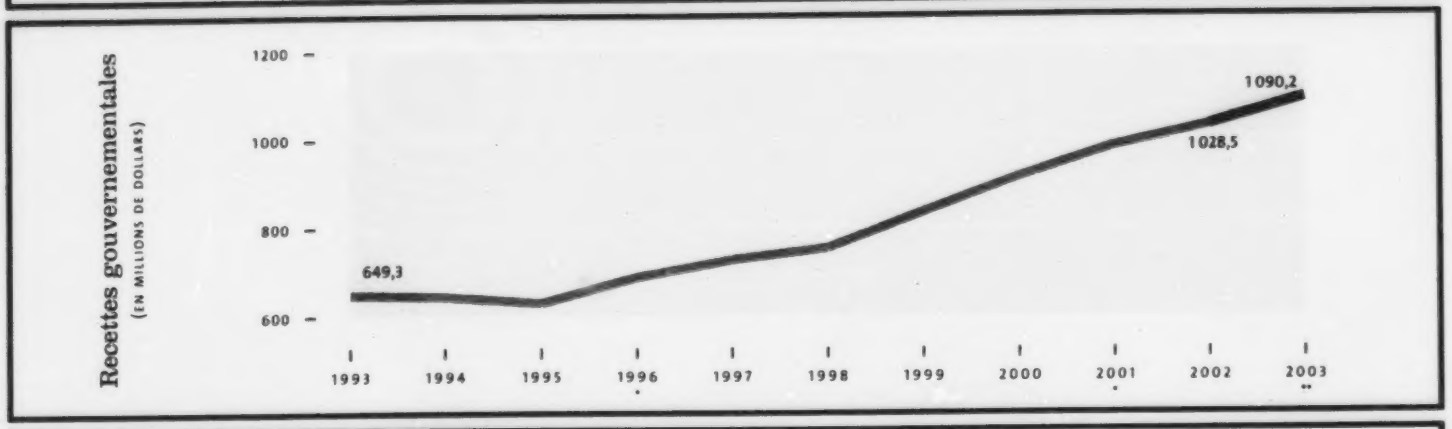
43,6 % Moins de 10 $
42,1 % 10 $ à 15 $
14,3 % Plus de 15 $

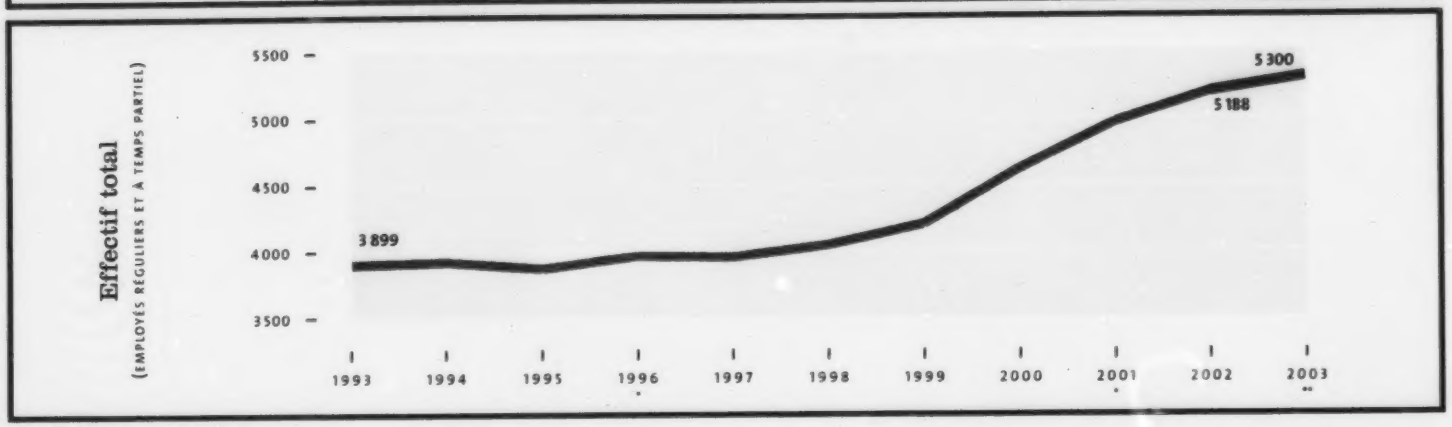
Polaroïds d'une entreprise commerciale en expansion



* Exercice financier de 53 semaines.
** Prévisions pour l'exercice 2002-2003.







* Exercice financier de 53 semaines.
** Prévisions pour l'exercice 2002-2003.

Code d'éthique et de déontologie des administrateurs de la Société des alcools du Québec

PRÉAMBULE

Considérant que les membres du conseil d'administration doivent se doter d'un code d'éthique et de déontologie dans le respect des principes et règles édictés par le Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics adopté dans le cadre de la *Loi sur le ministère du Conseil exécutif* (L.R.Q., c M-30, a 3.0.1 et 3.0.2 ; 1997, c. 6, a. 1);

Considérant que la loi et le Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics prévoient des principes d'éthique et des règles de déontologie applicables aux administrateurs, lesquels sont en partie reproduits à titre informatif à l'Annexe 1 du présent code ;

Considérant que l'adoption d'un code d'éthique et de déontologie a pour objet de préserver et de renforcer le lien de confiance des citoyens dans l'intégrité et l'impartialité de l'administration de la Société, de favoriser la transparence et de responsabiliser l'administration et les administrateurs publics ;

Considérant que les membres du conseil d'administration désirent doter l'entreprise d'un code d'éthique et de déontologie propre à l'entreprise;

En considération de ce qui précède, les membres du conseil d'administration adoptent le code d'éthique et de déontologie qui suit:

SECTION 1. INTERPRÉTATION

1. Dans le présent code, à moins que le contexte n'indique un sens différent:

a) « administrateur » désigne un membre du conseil d'administration de la Société, qu'il exerce ou non une fonction à plein temps ;

b) « association » désigne une association ou un regroupement de personnes ayant un intérêt direct ou indirect dans le commerce des boissons alcooliques ou l'organisation du commerce des boissons alcooliques ;

c) « autorité compétente » désigne le secrétaire général associé responsable des emplois supérieurs au ministère du Conseil exécutif ;

d) « conjoint » comprend les époux ainsi que les personnes vivant maritalement l'une avec l'autre depuis plus d'un an;

e) « conseil » désigne le conseil d'administration de la Société ;

f) « contrat » comprend un contrat projeté ;

g) « entreprise » désigne toute forme d'unité économique de production de biens ou de services ou de toute autre affaire à caractère commercial, industriel ou financier ;

h) « famille immédiate » désigne le conjoint et les enfants à charge ;

i) « loi » désigne la *Loi sur la Société des alcools du Québec*, L.R.Q. c. S-13, telle qu'amendée et modifiée à l'occasion ; et

j) « Société » désigne Société des alcools du Québec.

2. Dans le présent code, l'interdiction de poser un geste inclut la tentative de poser ce geste et/ou l'incitation à le poser.

SECTION 2. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

3. Le présent code a pour objet d'établir les principes d'éthique et les règles de déontologie de la Société.

Les principes d'éthique tiennent compte de la mission de la Société, des valeurs qui sous-tendent son action et de ses principes généraux de gestion.

Les règles de déontologie portent sur les devoirs et obligations des administrateurs ; elles les explicitent et les illustrent de façon indicative.

4. L'administrateur est tenu, dans l'exercice de ses fonctions, de respecter les principes d'éthique et les règles de déontologie prévus par la loi et le Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics, ainsi que ceux établis dans le présent code d'éthique et de déontologie. En cas de divergence, les dispositions du présent code prévaudront.

5. Dans les 30 jours de l'adoption du présent code par le conseil, chaque administrateur doit compléter et signer l'attestation reproduite à l'Annexe 2 du présent code ; cette attestation, une fois complétée, est remise au président du conseil qui doit la remettre au secrétaire de la Société pour fin de conservation.

Chaque nouvel administrateur doit faire de même dans les 30 jours de sa nomination.

6. L'administrateur s'engage à collaborer avec le président du conseil et à se conformer aux avis qu'il peut être appelé à donner verbalement ou par écrit.

SECTION 3. PRINCIPES D'ÉTHIQUE

7. Pendant toute la durée de son mandat, l'administrateur doit agir avec prudence, diligence, honnêteté et loyauté dans l'intérêt de la Société.

L'administrateur doit accomplir sa tâche avec efficacité, assiduité et dans le respect du droit et de l'équité.

Dans l'exécution de ses fonctions, l'administrateur fait bénéficier ses collègues et la Société des connaissances ou aptitudes qu'il a acquises au cours de sa carrière.

8. L'administrateur ne peut exercer ses fonctions dans son propre intérêt ni dans celui d'un tiers.

9. L'administrateur prend ses décisions de façon à assurer et à maintenir le lien de confiance avec les clients, les fournisseurs, les partenaires de la Société ainsi qu'avec le gouvernement.

10. L'administrateur doit assurer et préserver la confidentialité des informations qu'il obtient dans l'exercice de ses fonctions d'administrateur; il doit s'assurer de la destruction de tout document confidentiel lorsque ce dernier n'est plus nécessaire à l'exécution de son mandat d'administrateur ; il doit user de retenue dans ses conversations afin de ne pas favoriser une partie au détriment d'une autre au niveau des liens d'affaires qu'elle a ou pourrait avoir avec la Société.

11. Par souci de transparence, les décisions du conseil d'administration sont, sauf décision contraire du conseil pour des motifs sérieux, publiques; par ailleurs, les délibérations, les positions défendues par les membres ainsi que les votes de ces derniers sont confidentiels.

SECTION 4. RÈGLES DE DÉONTOLOGIE

12. L'administrateur doit éviter de se placer dans une situation de conflit entre son intérêt personnel et les obligations de ses fonctions. Il doit éviter de se placer dans toute situation pouvant jeter un doute raisonnable sur sa capacité de s'acquitter de ses devoirs avec loyauté sans partage.

Il doit dénoncer à la Société tout intérêt direct ou indirect qu'il a dans un organisme, une entreprise, un contrat ou une association susceptible de le placer dans une situation de conflit d'intérêts. Il doit également dénoncer dès qu'il en a connaissance les droits qu'il peut faire valoir contre la Société, en indiquant, le cas échéant, leur nature et leur valeur.

13. L'administrateur à temps plein ne peut, sous peine de révocation, avoir un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise ou une association mettant en conflit son intérêt personnel et celui de la Société. Toutefois, cette révocation n'a pas lieu si un tel intérêt lui échoit par succession ou donation pourvu qu'il y renonce ou en dispose avec diligence.

Tout autre administrateur qui a ou dont l'employeur a un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise, un contrat ou une association qui met en conflit son intérêt personnel ou celui de son employeur et celui de la Société doit dénoncer par écrit cet intérêt au président du conseil d'administration et, le cas échéant, s'abstenir de participer à toute délibération et à toute décision portant sur l'organisme, l'entreprise, le contrat ou l'association dans lequel il a cet intérêt. Il doit en outre se retirer de la séance pour la durée des délibérations et du vote relatifs à cette question.

14. L'administrateur est tenu à la discrétion sur ce dont il a connaissance dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions et est tenu, à tout moment, de respecter le caractère confidentiel de l'information ainsi reçue.

Tout document identifié par le conseil d'administration ou par le secrétaire général comme étant confidentiel revêt un caractère confidentiel et ne peut être transmis, communiqué ou son contenu divulgué à quiconque par l'administrateur sans une autorisation expresse du conseil.

15. L'administrateur ne peut accepter aucun cadeau, marque d'hospitalité ou autre avantage d'une personne en relation d'affaires avec la Société, ou d'une personne liée au commerce des boissons alcooliques autres que ceux d'usage et d'une valeur maximale de 250,00 $.

Tout autre cadeau, marque d'hospitalité ou avantage reçu doit être retourné au donateur ou à la Société.

16. L'administrateur ne peut accepter ni solliciter aucun avantage ou bénéfice d'une personne ou entreprise faisant affaire avec la Société, ou agissant au nom ou pour le bénéfice d'une telle personne ou entreprise, si cet avantage ou bénéfice est destiné ou susceptible de l'influencer dans l'exercice de ses fonctions ou de générer des attentes en ce sens.

17. Sous réserve du présent code, l'administrateur ne peut prendre d'engagement à l'égard de tiers ni leur accorder aucune garantie relativement au vote qu'il peut être appelé à donner ou à quelque décision que ce soit que le conseil peut être appelé à prendre.

18. Le vote d'un administrateur donné en contravention des dispositions du présent code, ou alors que l'administrateur est en défaut de produire la déclaration visée par l'article 22, ne peut être déterminant.

SECTION 5. DIVULGATION ET ABSTENTION

19. La divulgation requise aux articles 12 et 13 se fait lors de la première réunion:

a) au cours de laquelle le contrat ou la question concernée est à l'étude ; ou

b) suivant le moment où l'administrateur qui n'avait aucun intérêt dans le contrat ou la question concernée à l'étude en acquiert un ; ou

c) suivant le moment où l'administrateur acquiert un intérêt dans le contrat déjà conclu ; ou

d) suivant le moment où devient administrateur toute personne ayant un intérêt dans un contrat ou une question sous étude.

20. L'administrateur doit effectuer la divulgation requise aux articles 12 et 13, dès qu'il a connaissance d'un contrat visé par cet article et qui, dans le cadre de l'activité commerciale normale de la Société, ne requiert pas l'approbation des administrateurs.

21. Les articles 12, 13, 19 et 20 s'appliquent également lorsque l'intérêt concerné est détenu par un membre de la famille immédiate de l'administrateur.

22. L'administrateur doit remettre au président du conseil dans les 30 jours de sa nomination et le 31 mars de chaque année où il demeure en fonction, une déclaration en la forme prévue à l'Annexe 3 et contenant les informations suivantes :

a) le nom de toute entreprise dans laquelle il détient, directement ou indirectement, des valeurs mobilières ou des biens, incluant des parts sociales, en précisant la nature et la quantité en nombre et en proportion des valeurs mobilières détenues et la valeur des biens ;

b) le nom de toute entreprise pour laquelle il exerce des fonctions ou dans laquelle il a un intérêt sous forme de créance, droit, priorité, hypothèque ou avantage financier ou commercial significatif ;

c) le nom de toute association dans laquelle il exerce des fonctions ou dans laquelle il est membre en précisant ses fonctions le cas échéant ainsi que les objets visés par cette association.

L'administrateur pour qui les dispositions des paragraphes a) à c) ne trouvent pas d'application doit remplir une déclaration à cet effet et la remettre au président du conseil.

L'administrateur doit également produire une telle déclaration dans les 30 jours de la survenance d'un changement significatif à son contenu.

Les déclarations remises en vertu du présent article sont traitées de façon confidentielle.

23. Le président du conseil remet les déclarations reçues en application des articles 13, 19 à 22 au secrétaire de la Société qui les conserve dans les dossiers corporatifs de la Société.

SECTION 6. DISPENSES

24. Le présent code ne s'applique pas :

a) à la détention de valeurs mobilières lorsque l'importance de cette détention ne permet vraisemblablement pas de placer l'administrateur ou le dirigeant en situation de conflit d'intérêts ;

b) à la détention d'intérêts par l'intermédiaire d'un fonds commun de placement à la gestion duquel l'administrateur ne participe ni directement ni indirectement ;

c) à la détention d'intérêts par l'intermédiaire d'une fiducie sans droit de regard dont le bénéficiaire ne peut prendre connaissance de la composition ;

d) à la détention du nombre minimal d'actions requises pour être éligible comme administrateur d'une personne morale ;

e) à un intérêt qui, de par sa nature et son étendue, est commun à la population en général ou à un secteur particulier dans lequel œuvre l'administrateur ;

f) à la détention de titres émis ou garantis par un organisme ou une entreprise du gouvernement au sens de la *Loi sur le vérificateur général* (L.R.Q., chapitre V-5.01) à des conditions identiques pour tous.

SECTION 7. PROCESSUS DISCIPLINAIRE

25. Le président du conseil veille à l'application du présent code, en interprète les dispositions et s'assure du respect des principes d'éthique et des règles de déontologie par les administrateurs.

26. Le président du conseil a pour mandat:

a) d'engager et encadrer le processus d'élaboration et d'évaluation du code d'éthique et de déontologie ;

b) d'assurer la formation et l'information des administrateurs quant au contenu et aux modalités d'application du code d'éthique et de déontologie ;

c) de donner son avis et de fournir son support à la Société et à tout administrateur confronté à une situation qu'il estime poser un problème ;

d) de traiter toute demande d'information relative au présent code ;

e) de faire enquête de sa propre initiative ou sur réception d'allégations d'irrégularités au présent code.

27. Le secrétaire de la Société tient des archives où il conserve, notamment, les déclarations, divulgations et attestations qui doivent lui être transmises en vertu du présent code ainsi que les rapports, décisions et avis consultatifs.

28. Le président du conseil peut consulter et recevoir des avis de conseillers ou experts externes sur toute question qu'il juge à propos.

29. Le président du conseil préserve l'anonymat des plaignants, requérants et informateurs à moins d'intention manifeste à l'effet contraire. Il ne peut être contraint de révéler une information susceptible de dévoiler leur identité, sauf si la loi ou le tribunal l'exige.

30. Lorsque le président du conseil a des motifs raisonnables de croire qu'un administrateur n'a pas respecté l'une ou l'autre des dispositions du présent code, il en informe immédiatement l'autorité compétente en lui remettant une copie complète de son dossier.

31. Tout employé, officier ou administrateur de la Société peut, de sa propre initiative, déposer une plainte contre un administrateur auprès de l'autorité compétente.

32. Le dossier de plainte est traité par l'autorité compétente qui impose à l'administrateur en défaut, le cas échéant, une sanction conformément à ce que prévoit le Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics.

SECTION 8. DISPOSITIONS FINALES

33. Le présent code d'éthique et de déontologie entre en vigueur à compter de la séance qui suit celle de son adoption par le conseil d'administration de la Société.

Il n'a aucun effet rétroactif.

Sont donc visées les seules situations qui peuvent se présenter après l'adoption du présent code d'éthique et de déontologie.

34. Sauf consentement unanime des membres présents du conseil d'administration de la Société, toute proposition visant la modification du code d'éthique et de déontologie devra faire l'objet d'un dépôt à une réunion régulière du conseil d'administration précédant la réunion où elle sera débattue.

ANNEXE 1

EXTRAITS DE LOIS ET RÈGLEMENT RELATIFS AUX PRINCIPES D'ÉTHIQUE ET AUX RÈGLES DE DÉONTOLOGIE APPLICABLES AUX ADMINISTRATEURS PUBLICS

LOI SUR LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU QUÉBEC

.{Conflit d'intérêt.}.

13. Aucun membre du conseil d'administration qui exerce une fonction à plein temps au sein de la Société ne peut, sous peine de déchéance de sa charge, avoir un intérêt direct ou indirect dans une entreprise mettant en conflit son intérêt personnel et celui de la Société. Toutefois, cette déchéance n'a pas lieu si cet intérêt lui échoit par succession ou par donation pourvu qu'il y renonce ou en dispose avec diligence.

.{Révélation d'intérêt.}.

Tout autre membre du conseil d'administration ayant un intérêt dans une entreprise doit, sous peine de déchéance de sa charge, le révéler par écrit au président du conseil et s'abstenir de participer à toute décision portant sur l'entreprise dans laquelle il a un intérêt.

Code civil du Québec

Art. 321. L'administrateur est considéré comme mandataire de la personne morale. Il doit, dans l'exercice de ses fonctions, respecter les obligations que la loi, l'acte constitutif et les règlements, lui imposent et agir dans les limites des pouvoirs qui lui sont conférés.

Art. 322. L'administrateur doit agir avec prudence et diligence.

Il doit aussi agir avec honnêteté et loyauté dans l'intérêt de la personne morale.

Art. 323. L'administrateur ne peut confondre les biens de la personne morale avec les siens; il ne peut utiliser, à son profit ou au profit d'un tiers, les biens de la personne morale ou l'information qu'il obtient en raison de ses fonctions à moins qu'il ne soit autorisé à le faire par les membres de la personne morale.

Art. 324. L'administrateur doit éviter de se placer dans une situation de conflit entre son intérêt personnel et ses obligations d'administrateur.

Il doit dénoncer à la personne morale tout intérêt qu'il a dans une entreprise ou une association susceptible de le placer en situation de conflit d'intérêts, ainsi que les droits qu'il peut faire valoir contre elle, en indiquant, le cas échéant, leur nature et leur valeur. Cette dénonciation d'intérêts est consignée au procès-verbal des délibérations du conseil d'administration ou à ce qui en tient lieu.

Art. 325. Tout administrateur peut, même dans l'exercice de ses fonctions, acquérir, directement ou indirectement, des droits dans les biens qu'il administre ou contracte avec la personne morale.

Il doit signaler aussitôt le fait à la personne morale, en indiquant la nature et la valeur des droits qu'il acquiert, et demander que le fait soit consigné au procès-verbal des délibérations du conseil d'administration ou à ce qui en tient lieu. Il doit, sauf nécessité, s'abstenir de délibérer et de voter sur la question. La présente règle ne s'applique pas, toutefois, aux questions qui concernent la rémunération de l'administrateur ou ses conditions de travail.

Art. 326. Lorsque l'administrateur de la personne morale omet de dénoncer correctement et sans délai une acquisition ou un contrat, le tribunal, à la demande de la personne morale ou d'un membre, peut, entre autres mesures, annuler l'acte ou ordonner à l'administrateur de rendre compte et de remettre à la personne morale le profit réalisé ou l'avantage reçu.

L'action doit être intentée dans l'année qui suit la connaissance de l'acquisition ou du contrat.

Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics

Chapitre II

Principes d'éthique et règles générales de déontologie

4. Les administrateurs publics sont nommés ou désignés pour contribuer, dans le cadre de leur mandat, à la réalisation de la mission de l'État et, le cas échéant, à la bonne administration de ses biens.

Leur contribution doit être faite dans le respect du droit, avec honnêteté, loyauté, prudence, diligence, efficacité, assiduité et équité.

5. L'administrateur public est tenu, dans l'exercice de ses fonctions, de respecter les principes d'éthique et les règles de déontologie prévus par la loi et le présent règlement, ainsi que ceux établis dans le code d'éthique et de déontologie qui lui est applicable. En cas de divergence, les principes et les règles les plus exigeants s'appliquent.

Il doit, en cas de doute, agir selon l'esprit de ces principes et de ces règles. Il doit de plus organiser ses affaires personnelles de telle sorte qu'elles ne puissent nuire à l'exercice de ses fonctions.

L'administrateur public qui, à la demande d'un organisme ou d'une entreprise du gouvernement, exerce des fonctions d'administrateur dans un autre organisme ou entreprise, ou en est membre, est tenu aux mêmes obligations.

6. L'administrateur public est tenu à la discrétion sur ce dont il a connaissance dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions et est tenu, à tout moment, de respecter le caractère confidentiel de l'information ainsi reçue.

Cette obligation n'a pas pour effet d'empêcher un administrateur public représentant ou lié à un groupe d'intérêts particulier de le consulter ni de lui faire rapport, sauf si l'information est confidentielle suivant la loi ou si le conseil d'administration exige le respect de la confidentialité.

7. L'administrateur public doit, dans l'exercice de ses fonctions, prendre ses décisions indépendamment de toutes considérations politiques partisanes.

8. Le président du conseil d'administration, le premier dirigeant d'un organisme ou d'une entreprise et les administrateurs publics à temps plein doivent faire preuve de réserve dans la manifestation publique de leurs opinions politiques.

9. L'administrateur public doit éviter de se placer dans une situation de conflit entre son intérêt personnel et les obligations de ses fonctions.

Il doit dénoncer à l'organisme ou à l'entreprise dans lequel il est nommé ou désigné tout intérêt direct ou indirect qu'il a dans un organisme, une entreprise ou une association susceptible de le placer dans une situation de conflit d'intérêts, ainsi que les droits qu'il peut faire valoir contre l'organisme ou l'entreprise, en indiquant, le cas échéant, leur nature et leur valeur.

Sous réserve de l'article 6, l'administrateur public nommé ou désigné dans un autre organisme ou entreprise doit faire aussi cette dénonciation à l'autorité qui l'a nommé ou désigné.

10. L'administrateur public à temps plein ne peut, sous peine de révocation, avoir un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise ou une association mettant en conflit son intérêt personnel et celui de l'organisme ou de l'entreprise dans lequel il est nommé ou désigné. Toutefois, cette révocation n'a pas lieu si un tel intérêt lui échoit par succession ou donation pourvu qu'il y renonce ou en dispose avec diligence.

Tout autre administrateur public qui a un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise ou une association qui met en conflit son intérêt personnel et celui de l'organisme ou entreprise dans lequel il est nommé ou désigné doit, sous peine de révocation, dénoncer par écrit cet intérêt au président du conseil d'administration et, le cas échéant, s'abstenir de participer à toute délibération et à toute décision portant sur l'organisme, l'entreprise ou l'association dans lequel il a cet intérêt. Il doit en outre se retirer de la séance pour la durée des délibérations et du vote relatifs à cette question.

Le présent article n'a toutefois pas pour effet d'empêcher un administrateur public de se prononcer sur des mesures d'application générale relatives aux conditions de travail au sein de l'organisme ou de l'entreprise par lesquelles il serait aussi visé.

11. L'administrateur public ne doit pas confondre les biens de l'organisme ou de l'entreprise avec les siens et ne peut les utiliser à son profit ou au profit du tiers.

12. L'administrateur public ne peut utiliser à son profit ou au profit de tiers l'information obtenue dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions.

Cette obligation n'a pas pour effet d'empêcher un administrateur public représentant ou lié à un groupe d'intérêts particulier de le consulter ni de lui faire rapport, sauf si l'information est confidentielle suivant la loi ou si le conseil d'administration exige le respect de la confidentialité.

13. L'administrateur public à plein temps doit exercer ses fonctions de façon exclusive sauf si l'autorité qui l'a nommé ou désigné le nomme ou le désigne aussi à d'autres fonctions. Il peut, toutefois, avec le consentement écrit du président du conseil d'administration, exercer des activités didactiques pour lesquelles il peut être rémunéré et des activités non rémunérées dans des organismes sans but lucratif.

Le président du conseil d'administration peut pareillement être autorisé par le secrétaire général du Conseil exécutif. Toutefois, le président du conseil d'administration d'un organisme ou d'une entreprise du gouvernement qui détient cent pour cent des actions d'un autre organisme ou entreprise du gouvernement est l'autorité qui peut donner une telle autorisation au président du conseil d'administration de ce dernier organisme ou entreprise.

14. L'administrateur public ne peut accepter aucun cadeau, marque d'hospitalité ou autre avantage que ceux d'usage et d'une valeur modeste.

Tout autre cadeau, marque d'hospitalité ou avantage reçu doit être retourné au donateur ou à l'État.

15. L'administrateur public ne peut, directement ou indirectement, accorder, solliciter ou accepter une faveur ou un avantage indu pour lui-même ou pour un tiers.

16. L'administrateur public doit, dans l'exercice de ses fonctions, éviter de se laisser influencer par des offres d'emploi.

17. L'administrateur public qui a cessé d'exercer ses fonctions doit se comporter de façon à ne pas tirer d'avantages indus de ses fonctions antérieures au service de l'organisme ou de l'entreprise.

18. L'administrateur public qui a cessé d'exercer ses fonctions ne doit pas divulguer une information confidentielle qu'il a obtenue ni donner à quiconque des conseils fondés sur de l'information non disponible au public concernant l'organisme ou l'entreprise pour lequel il a travaillé, ou un autre organisme ou entreprise avec lequel il avait des rapports directs importants au cours de l'année qui a précédé la fin de son mandat.

Il lui est interdit, dans l'année qui suit la fin de ses fonctions, d'agir au nom ou pour le compte d'autrui relativement à une procédure, à une négociation ou à une autre opération à laquelle l'organisme ou l'entreprise pour lequel il a agi est partie et sur laquelle il détient de l'information non disponible au public.

Les administrateurs publics d'un organisme ou d'une entreprise visé au premier alinéa ne peuvent traiter, dans les circonstances qui sont prévues à cet alinéa, avec l'administrateur public qui y est visé dans l'année où celui-ci a quitté ses fonctions.

19. Le président du conseil d'administration doit s'assurer du respect des principes d'éthique et des règles de déontologie par les administrateurs publics de l'organisme ou de l'entreprise.

ANNEXE 2

Attestation

Je, soussigné(e), ..., domicilié(e) et résidant au ....., en la ville de ....., province de Québec, administrateur à la Société des alcools du Québec, déclare avoir pris connaissance du code d'éthique et de déontologie des administrateurs de la Société des alcools du Québec adopté par le conseil d'administration le ..... et en comprendre le sens et la portée.

Je, par la présente, me déclare lié envers la Société des alcools du Québec par chacune des dispositions dudit code d'éthique et de déontologie des administrateurs de la Société des alcools du Québec tout comme s'il s'agissait d'un engagement contractuel de ma part.

DONNÉ À ....., CE ...e JOUR DU MOIS DE ..... 19...

Témoin _____ Administrateur _____

ANNEXE 3

Avertissement

Le déclarant, pour comprendre la portée de ses obligations, devrait se référer au code d'éthique et de déontologie des administrateurs de la Société des alcools du Québec et, en particulier, aux notions d'entreprise et d'intérêt telles qu'elles sont précisées au code d'éthique et de déontologie.

Déclaration:

Je, ..., (administrateur de la Société des alcools du Québec), déclare les intérêts suivants:

1. Fonctions que j'exerce ou intérêts que je détiens dans les entreprises suivantes, telle que cette expression est définie au code d'éthique et de déontologie:

Nature du lien ou de l'intérêt

Entreprise	Fonction	Créancier	Actionnaire, détenteur de parts ou propriétaire	Autre	Quantité et valeur de l'intérêt

2. Au meilleur de ma connaissance, la liste des entreprises ou associations, telles que ces expressions sont définies au code d'éthique et de déontologie, à l'égard desquelles mon employeur, la personne morale, la société ou autre entreprise dont je suis propriétaire, actionnaire, administrateur ou dirigeant, exerce des fonctions ou détient des intérêts:

Nature du lien ou de l'intérêt

Entreprise ou association	Fonction	Créancier	Actionnaire, détenteur de parts ou propriétaire	Autre	Quantité et valeur de l'intérêt

3. Fonctions que j'exerce dans les associations suivantes, telle que cette expression est définie au code d'éthique et de déontologie:

Nature du lien ou de l'intérêt

Association	Fonction	Membre	Objet

Signature : _____
Fonction : _____
Date : _____

travail d'équipe

reconnaissance

fierté

appartenance

Reddition des comptes

La transparence publique à l'égard des plans d'affaires et des résultats exigés par le projet de rapport relatif à la reddition de comptes des organismes et entreprises du gouvernement soumis au droit de regard du vérificateur général conduit la SAQ à décrire ses projets pour l'an prochain. C'est pourquoi elle inclut dans le présent rapport annuel une section expliquant ses réalisations, ses résultats et ses prochains investissements. Les prochaines pages en font état. N'oublions pas que la SAQ est une société d'État dont le mandat est de faire le commerce des boissons alcooliques, ce qui consiste à importer, à entreposer, à distribuer, à mettre en marché et à vendre plus de 7250 produits. Son mot d'ordre est d'être au cœur du quotidien des Québécois et sa mission est de bien servir la population de toutes les régions du Québec en offrant une grande variété de boissons alcooliques de qualité.

Résultats d'exploitation

EXERCICES TERMINÉS LE DERNIER SAMEDI DU MOIS DE MARS
(EN MILLIONS DE DOLLARS)

	2003	2002		2001		2000	
	PRÉVISIONS	RÉEL	PRÉVISIONS	RÉEL	PRÉVISIONS	RÉEL	PRÉVISIONS
Ventes brutes	**2 340,0**	2 183,4	2 115,0	1 996,9	1 985,0	1 806,1	1 766,0
Ventes nettes	**1 825,4**	1 694,7	1 651,7	1 547,9	1 547,0	1 405,6	1 378,2
Bénéfice brut	**931,2**	848,1	828,6	787,7	762,4	714,9	685,5
Frais d'exploitation nets[1]	**411,5**	359,4	333,6	316,4	291,7	273,4	257,9
Bénéfice net	**519,7**	488,7	495,0	471,3	470,7	441,5	427,6

(1) L'augmentation des frais d'exploitation prévue pour l'exercice 2002-2003, comparativement au réel 2001-2002, est de 52,1 millions de dollars. Les principaux éléments qui expliquent cette variation sont l'ouverture de 17 succursales, ainsi que les frais de formation, d'amortissement et de mise en place du système intégré de gestion (VSOP).

Investissements

EXERCICES TERMINÉS LE DERNIER SAMEDI DU MOIS DE MARS
(EN MILLIERS DE DOLLARS)

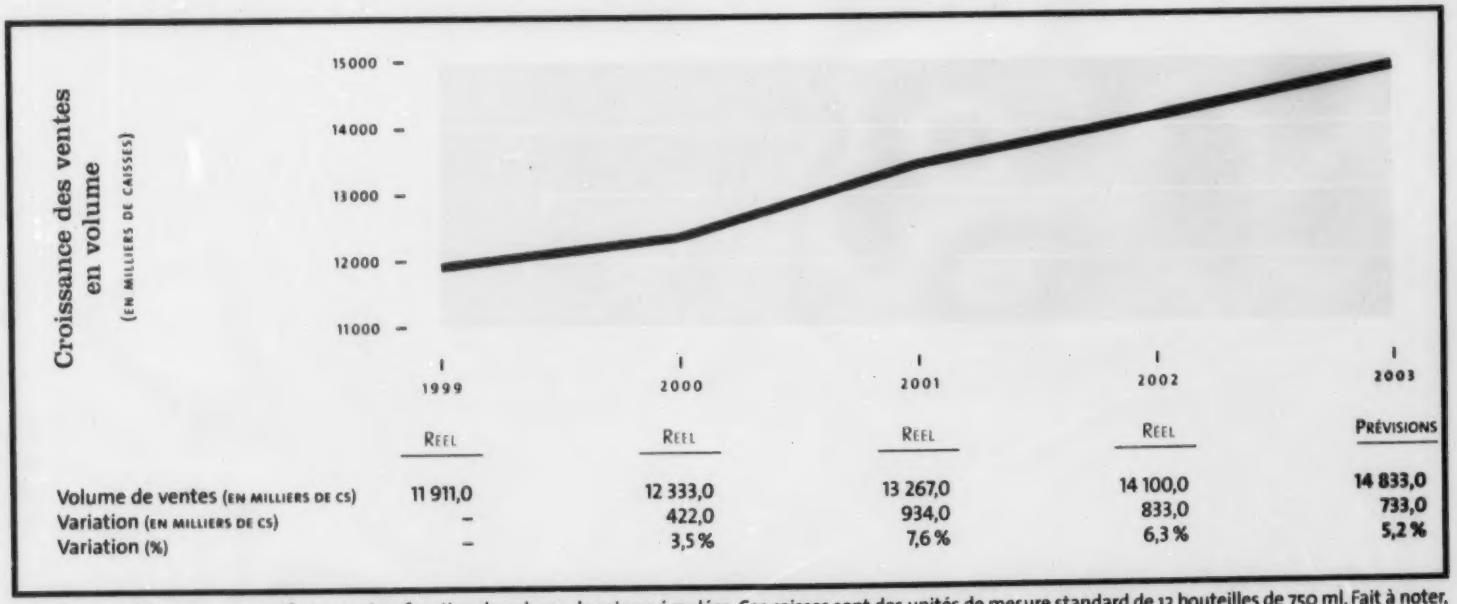
	2003 PRÉVISIONS	2002 RÉEL	2001 RÉEL
VSOP	**12 328,0**	22 196,3	10 229,8
Autres projets liés à VSOP Technologie des succursales, environnement technologique, télécommunication, entrepôt de données, outils de sécurité, etc.	**10 615,0**	16 488,2	11 983,0
Acquisition de l'édifice Tellier	**–**	4 993,1	–
Agrandissement du Centre de distribution de Québec (CDQ)	**–**	2 429,1	6 947,5
Aménagement des centres de distribution de la région de Montréal	**501,0**	1 506,7	1 209,2
Acquisition de terrains	**–**	–	1 638,7
Centre de distribution de Montréal (CDM) Construction d'un Centre de distribution pour les distributeurs autorisés (CDDA), construction d'un Centre de distribution spécialisé (CDSM), modifications à l'aménagement intérieur et extérieur du CDM.	**29 186,4**	1 045,8	–
Aménagement de succursales (propriété de la SAQ)	**690,1**	1 030,0	3 562,2
Évolution de SAQ.com	**1 200,0**	843,1	1 422,3
Galerie du Gouverneur Aménagement de nouveaux celliers, agrandissement de la cave à vin de l'entreprise et centre d'exposition	**4 200,0**	684,9	982,1
Remplacement des caisses enregistreuses électroniques du réseau des succursales	**–**	66,9	1 623,7
Système intranet et autres	**200,0**	581,9	3 821,3
TOTAL DES INVESTISSEMENTS	**58 920,5**	51 866,0	43 419,8

Dépenses en capital

EXERCICES TERMINÉS LE DERNIER SAMEDI DU MOIS DE MARS
(EN MILLIERS DE DOLLARS)

	2003 PRÉVISIONS	2002 RÉEL	2001 RÉEL
Aménagement des succursales – location	**17 562,5**	**8 836,4**	**15 913,5**
Équipement informatique	**8 742,1**	**3 369,4**	**4 197,8**
Équipement spécifique et mobilier de bureau	**1 638,3**	**2 840,6**	**2 741,0**
Immeubles **Aménagement de l'édifice Tellier ; agrandissement de la cafétéria, réfection de la toiture et modification des gicleurs du CDM ; rénovations diverses à l'édifice du PDC et à celui du CDQ.**	**12 158,8**	**2 587,4**	**3 232,1**
Matériel roulant et équipement mobile	**3 454,3**	**2 243,2**	**4 616,3**
Ameublement de succursales	**464,2**	**271,1**	**177,3**
TOTAL DES DÉPENSES EN CAPITAL	**44 020,2**	**20 148,1**	**30 878,0**

Les trois tableaux suivants présentent les prévisions, pour l'exercice 2002-2003, d'éléments fondamentaux du commerce de la SAQ. Il s'agit de la croissance des ventes en volume, de la croissance de l'achat moyen et de celle de l'achalandage. Les tendances à la hausse se maintiennent et permettront à la SAQ d'atteindre de nouveaux sommets.



	1999	2000	2001	2002	2003
	RÉEL	RÉEL	RÉEL	RÉEL	PRÉVISIONS
Volume de ventes (EN MILLIERS DE CS)	11 911,0	12 333,0	13 267,0	14 100,0	**14 833,0**
Variation (EN MILLIERS DE CS)	–	422,0	934,0	833,0	**733,0**
Variation (%)	–	3,5 %	7,6 %	6,3 %	**5,2 %**

La croissance des ventes se manifeste aussi en fonction du volume de caisses écoulées. Ces caisses sont des unités de mesure standard de 12 bouteilles de 750 ml. Fait à noter, la progression des ventes de ces caisses devrait atteindre 5,2 % pour l'exercice 2002-2003.

Croissance de l'achat moyen
(EN DOLLARS)

	1999	2000	2001	2002	2003
	RÉEL	RÉEL	RÉEL	RÉEL	PRÉVISIONS
Achat moyen (EN $)	43,18	45,10	45,76	46,34	**46,77**
Variation (%)	–	4,4 %	1,5 %	1,3 %	**0,9 %**

Note : Les ventes brutes utilisées pour le calcul de l'achat moyen comprennent celles des succursales et des centres spécialisés (consommateurs et titulaires de permis).

Croissance de l'achalandage
(EN MILLIERS DE TRANSACTIONS)

	1999	2000	2001	2002	2003
	RÉEL	RÉEL	RÉEL	RÉEL	PRÉVISIONS
Nombre de transactions	28 868	30 647	34 060	37 109	**39 426**
Variation (%)	–	6,2 %	11,1 %	9,0 %	**6,2 %**

Revue financière

L'exercice financier 2001-2002 qui vient de se terminer marquera l'histoire de la SAQ. Un sondage réalisé du 29 novembre au 18 décembre 2001 auprès de 500 Québécois pour le compte de la revue *Commerce* place la SAQ au 3e rang des entreprises les plus admirées. Les Québécois aiment la SAQ et le prouvent en visitant ses succursales. Ainsi, les ventes brutes de la SAQ ont dépassé, pour la 1re fois de son histoire, le cap des 2 milliards de dollars pour se hisser à 2 milliards 183,4 millions de dollars. Soulignons aussi qu'il s'agit du 8e exercice financier successif pour lequel la SAQ a enregistré une hausse de ses ventes brutes.

Le bénéfice net de l'entreprise se chiffre donc à 488,7 millions de dollars comparativement à 471,3 millions de dollars pour l'exercice 2000-2001, soit une augmentation de 17,4 millions de dollars ou 3,7 %. Notons que l'exercice précédent comportait une 53e semaine d'exploitation. Les recettes gouvernementales s'élèvent à 1 milliard 28,5 millions de dollars, en hausse de 4,8 % par rapport à 2000-2001.

Ces résultats obtenus sont sans aucun doute le reflet de l'approche que la SAQ a développée au cours des années et qui lui a permis de répondre aux attentes de la clientèle, voire de les dépasser. Cette vocation axée sur le client se manifeste dans la qualité des produits offerts, le réseau des magasins, l'atmosphère d'achat, les nouveaux concepts de succursales et la variété des promotions.

États financiers consolidés

La participation de la SAQ dans Maison des Futailles SEC est comptabilisée selon la méthode de la consolidation proportionnelle. Par conséquent, les états financiers consolidés faisant l'objet de l'analyse de la direction comprennent les comptes de la SAQ et sa quote-part des éléments d'actifs, de passifs, des produits et des charges de Maison des Futailles SEC.

Le 25 mai 2001, la SAQ et le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec ont haussé respectivement leur participation à 50 % en rachetant Les vins Andrès du Québec ltée et 9072-3479 Québec inc. Pour l'exercice 2001-2002, la quote-part de la SAQ dans la perte nette de Maison des Futailles SEC est de 1,4 million de dollars. Pour de plus amples informations concernant la participation de la SAQ dans Maison des Futailles SEC, il est suggéré de prendre connaissance des notes complémentaires aux états financiers consolidés.

Ventes nettes

Les ventes nettes totales de 2001-2002 s'élèvent à 1 milliard 694,7 millions de dollars, une augmentation de 146,8 millions de dollars ou 9,5 %, par rapport à l'exercice 2000-2001. Le volume total des ventes s'élève à 211,3 millions de litres par rapport à 203,2 millions de litres pour l'exercice précédent, une hausse de 4 %.

La variation en dollars des ventes nettes plus importante que la variation en volume s'explique par les deux réajustements à la hausse du prix de vente que la SAQ a appliqués sur ses produits, à l'exception du prix des champagnes et des portos. Ces décisions découlaient des augmentations de prix des fournisseurs, du réajustement du taux de change ainsi que de la révision du taux de majoration fixe prélevé par la SAQ.

Par réseaux

Le réseau des succursales et des centres spécialisés est le grand responsable de la croissance des ventes, connaissant une progression de ses ventes depuis les huit dernières années. Les derniers exercices financiers ont vu un nombre spectaculaire d'ouvertures, de rénovations, d'agrandissements et de transformations des succursales de la SAQ. Ces transformations combinées à des offres promotionnelles constamment renouvelées ont fait du réseau des succursales et des centres spécialisés un réseau qui se démarque et accapare près de 80 % des ventes nettes totales de la SAQ. Ainsi, les ventes nettes du réseau des succursales et des centres spécialisés sont en hausse de 10,5 % pour se situer à 1 milliard 352,6 millions de dollars comparativement à 1 milliard 224,2 millions de dollars pour l'exercice précédent.

Le réseau des grossistes-épiciers et la SAQ ont travaillé en étroite collaboration. Des animateurs ont prodigué conseils et information dans plusieurs points de vente. Ainsi, le goût des Québécois et leurs connaissances se raffinent toujours davantage de sorte que les vins, tels les VQC et les AOC, connaissent une croissance de leurs ventes nettes. Cette augmentation est toutefois contrebalancée par la diminution des ventes nettes des autres types de vins. Ainsi, les ventes nettes du réseau des grossistes-épiciers sont restées stables et s'établissent à 220,9 millions de dollars pour l'exercice financier 2001-2002.

Quant aux ventes nettes effectuées aux brasseurs et distributeurs de bière, elles se chiffrent à 121,2 millions de dollars, soit une hausse de 18,7 millions de dollars comparativement à l'exercice 2000-2001 ou 18,2 %.

Par catégories de produits

Chacune des catégories de produits a enregistré une hausse de ses ventes nettes pour l'exercice financier 2001-2002. Ainsi, les ventes de vins s'élèvent à 1 milliard 105,9 millions de dollars, soit une augmentation de 89,2 millions de dollars ou 8,8 %. Quant aux litres vendus, ils se chiffrent à 100,9 millions de litres, soit une croissance de 3,9 %. La catégorie des spiritueux a enregistré une hausse de 4,1 % et voit donc ses ventes nettes se hisser à 402,1 millions de dollars. La croissance en litres est, pour sa part, de 1,2 %.

La catégorie regroupant les ventes de bières importées et artisanales, les cidres et les boissons panachées et la catégorie des ventes aux brasseurs et distributeurs de bière ont connu les plus fortes hausses de leurs ventes nettes avec 54,1 % et 18,2 % d'augmentations respectives. Les ventes de bières importées et artisanales, les cidres et les boissons panachées se situent à 65,5 millions de dollars alors que les ventes aux brasseurs et distributeurs de bière sont de 121,2 millions de dollars. Nul doute que l'été long et chaud de 2001 a eu une incidence importante sur les ventes de ces catégories de produits.

Recettes gouvernementales

À titre de société d'État, la SAQ verse d'importantes sommes aux deux paliers de gouvernement sous forme de taxes, de droits et d'un dividende au gouvernement du Québec. Les sommes versées aux gouvernements du Québec et du Canada ont dépassé, cette année, le cap du milliard pour s'élever à 1 milliard 28,5 millions de dollars comparativement à 981,6 millions de dollars pour l'exercice précédent, soit une hausse de 46,9 millions de dollars ou 4,8 %.

Les sommes versées au gouvernement du Québec ont totalisé 770,0 millions de dollars contre 728,7 millions de dollars pour l'exercice précédent, une variation de 41,3 millions de dollars ou 5,7 %. Cette variation s'explique évidemment par le versement d'un dividende plus élevé, lequel découle d'une augmentation du bénéfice net, mais aussi par une perception plus importante de la taxe de vente provinciale.

La part du gouvernement fédéral a augmenté de 5,6 millions de dollars, totalisant 258,5 millions de dollars en comparaison de 252,9 millions de dollars pour l'exercice précédent. Cette variation est due, en entier, à la taxe sur les produits et services perçue sur les ventes additionnelles de l'exercice. Les sommes versées au gouvernement fédéral auraient été plus élevées n'eût été la diminution du volume des ventes de vins domestiques, qui a entraîné une baisse de la taxe d'accise perçue sur ces vins.

Recettes gouvernementales tirées de l'exploitation

(EN MILLIONS DE DOLLARS)

	2002	2001
Gouvernement du Québec		
Dividende	**487,0 $**	470,0 $
Taxe de vente provinciale	**146,1**	132,9
Droit des détenteurs de permis	**23,9**	22,0
Taxe spécifique	**93,8**	85,8
Droit spécifique	**19,2**	18,0
	770,0	728,7
Gouvernement du Canada		
Taxe et droits d'accise et de douane	**130,9**	136,9
Taxe sur les produits et services	**127,6**	116,0
	258,5	252,9
Sommes versées directement aux gouvernements par la Société des alcools du Québec	**1 028,5 $**	981,6 $

COÛT DES PRODUITS VENDUS ET MARGE BRUTE

Le coût des produits vendus de la SAQ comprend les coûts d'achat des produits, les frais de transport maritime et routier engagés pour acheminer les produits vers les centres de distribution ainsi que les taxes et droits fédéraux afférents.

En 2001-2002, le coût des produits vendus s'est établi à 846,5 millions de dollars comparativement à 760,2 millions de dollars en 2000-2001, dégageant ainsi un bénéfice brut de 848,1 millions de dollars en regard de 787,7 millions de dollars pour 2000-2001. La marge brute exprimée en fonction des ventes nettes a légèrement diminué par rapport à l'exercice précédent et s'établit à 50 %. En excluant les opérations conclues avec les brasseurs et les distributeurs de bière, lesquelles ne génèrent aucun bénéfice brut, la marge brute atteint un niveau de 53,9 % contre 54,5 % pour l'exercice 2000-2001. Cette diminution provient de la variation de la marge brute observée dans le réseau des grossistes-épiciers. À cet effet, soulignons que la SAQ a haussé de 50 % la rémunération sur les vins de catégories supérieures. Or, les ventes des vins de ces catégories ayant progressé, la hausse de la rémunération a provoqué la diminution de la marge brute.

FRAIS D'EXPLOITATION

Les frais d'exploitation nets de l'exercice 2001-2002 sont de 359,4 millions de dollars comparativement à 316,4 millions de dollars pour l'exercice 2000-2001, une augmentation de 43 millions de dollars, soit 13,6 %.

Les dépenses reliées aux ressources humaines représentent près de 60 % des frais d'exploitation de la SAQ. Ainsi, la croissance de 43 millions de dollars des frais d'exploitation s'explique principalement par une augmentation de 21,1 millions de dollars des frais de rémunération et des charges sociales. L'élargissement ces dernières années du réseau de succursales a entraîné un besoin additionnel de personnel pour mieux informer et conseiller les clients. L'accroissement du volume des ventes a également nécessité l'ajout de personnel dans les centres de distribution. Ces deux facteurs expliquent en majeure partie la hausse des frais de ressources humaines.

La SAQ a aussi enregistré une augmentation de 7 millions de dollars en frais d'occupation d'immeubles. L'ajout de nouvelles succursales a entraîné une hausse des frais de loyer, d'entretien et d'électricité liés aux nouveaux locaux. Aussi, la modernisation de l'équipement des succursales et de l'équipement informatique rendue nécessaire afin de répondre aux attentes des clients en matière de service à la clientèle se traduit par une croissance des frais liés à l'utilisation de cet équipement de l'ordre de 7,5 millions de dollars. Enfin, l'usage de plus en plus fréquent des divers modes de paiements électroniques a résulté en une hausse de 1,8 million de dollars en frais financiers.

Soulignons que toutes les mesures mises en place qui entraînent la hausse des frais d'exploitation permettent à la SAQ de maintenir l'excellence de son service à la clientèle et de répondre aux attentes de ses clients en matière de choix et d'accessibilité des produits. La satisfaction ainsi accrue des clients génère des ventes additionnelles qui permettent de faire face à ces dépenses supplémentaires.

Rémunération et charges sociales

(EN MILLIONS DE DOLLARS)

	2002	2001
Rémunération		
Salaires	**179,8 $**	161,6 $
Heures supplémentaires	**7,4**	8,2
	187,2	169,8
Charges sociales	**29,1**	25,4
	216,3 $	195,2 $

Investissements en immobilisations corporelles

Au cours de l'exercice 2001-2002, la SAQ a investi plus de 72 millions de dollars en immobilisations corporelles. La SAQ a poursuivi son projet d'intégration des systèmes d'information (VSOP) et de simplification de ses processus commerciaux en y injectant près de 38,7 millions de dollars. L'échéancier du projet VSOP a été revu afin d'analyser tous ses aspects, d'apporter les derniers correctifs nécessaires et, de ce fait, de s'assurer de sa réussite dès sa mise en application.

Trop à l'étroit dans ses centres administratifs, la SAQ a fait l'acquisition au coût de près de 5 millions de dollars d'un immeuble voisin du Centre de distribution de Montréal, sur la rue Tellier. Au cours du prochain exercice, le Centre de distribution de Montréal sera totalement transformé. C'est en prévision de cette transformation que la SAQ y a investi près de 2,5 millions de dollars au cours de l'exercice financier 2001-2002. Quant au Centre de distribution de Québec, c'est un peu plus de 2,4 millions de dollars qu'elle y a consacrés afin de finaliser son agrandissement débuté lors de l'exercice 1999-2000.

Poursuivant l'amélioration de son réseau de succursales, c'est 10 millions de dollars que la SAQ y a investis en 2001-2002, alors que la rénovation des bâtiments administratifs a demandé environ 2,5 millions de dollars. Les autres investissements de la SAQ ont été réalisés dans l'acquisition d'équipement informatique spécifique et de matériel roulant.

Situation financière

L'actif total de la SAQ au 30 mars 2002 s'élève à 575,8 millions de dollars, soit une hausse de 82,8 millions de dollars par rapport à 2000-2001. Les stocks et les immobilisations corporelles constituent respectivement 44,7 % et 37,3 % de la valeur du bilan.

La valeur des stocks est en hausse de 25,3 millions de dollars ou 10,9 %. Le souci de répondre adéquatement aux promotions qui se succèdent a généré ce niveau d'inventaire. La valeur des immobilisations corporelles est de 214,6 millions de dollars, une hausse de 51,2 millions de dollars, ou 31,2 %, par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse est attribuable aux investissements réalisés dans le but d'améliorer le réseau de succursales, les centres administratifs et de distribution et l'équipement.

Le passif à court terme s'est accru de 79,7 millions de dollars. Des hausses de 51 millions de dollars des comptes fournisseurs et de 46 millions de dollars du dividende à payer, contrebalancées par une diminution de 17,3 millions de dollars de l'endettement bancaire, ont provoqué l'augmentation du passif à court terme.

Flux de trésorerie

Les activités de la SAQ ont généré des liquidités nettes de 51,8 millions de dollars en 2001-2002. La situation de trésorerie a été modifiée considérablement, passant d'une insuffisance de liquidités de 33,8 millions de dollars en 2000-2001 à des liquidités de 17,9 millions de dollars pour 2001-2002.

Pour l'exercice terminé le 30 mars 2002, les flux de trésorerie liés à l'exploitation ont connu une hausse de 126,5 millions de dollars. Cette hausse s'explique par la croissance du bénéfice net de 17,4 millions de dollars et par des liquidités en provenance des éléments hors caisse du fonds de roulement. Une augmentation des comptes fournisseurs combinée à une diminution de la valeur des stocks a généré cette variation.

Les activités d'investissement ont requis des liquidités de 67,5 millions de dollars par rapport à 90 millions de dollars au cours de l'exercice précédent. Cette diminution est due principalement à l'encaissement d'un dépôt à terme de 12,2 millions de dollars à la suite du règlement d'un dossier datant de plusieurs années touchant la taxe de vente fédérale.

Par ailleurs, une somme de 425,1 millions de dollars a été consacrée aux activités de financement, incluant le dividende versé, en comparaison de 370,2 millions de dollars pour l'exercice 2000-2001.

Sources de financement

La SAQ assume l'entière responsabilité du financement de son exploitation et doit recourir à des sources de financement sur le marché monétaire. À cet effet, l'entreprise est autorisée par le gouvernement du Québec à effectuer, auprès de toutes sources, des emprunts à terme de moins de un an, pourvu que le total de tous ses emprunts n'excède pas 400 millions de dollars.

Au cours de l'exercice financier 2001-2002, la SAQ a négocié l'émission sur le marché monétaire de titres d'emprunt dont les valeurs nominales ont totalisé 7 milliards 931,5 millions de dollars.

Le solde moyen d'emprunt à terme s'est élevé à plus de 195 millions de dollars et a atteint un niveau maximal d'emprunt de près de 250 millions de dollars. À la fin de l'exercice, le bilan montrait un solde d'emprunt à terme de 196 millions de dollars, comparativement à 179,5 millions de dollars au 31 mars 2001.

Le financement des activités de l'entreprise sur le marché monétaire a entraîné des frais financiers nets de 6,9 millions de dollars, une légère augmentation par rapport à l'exercice financier précédent pour lequel les frais financiers s'étaient élevés à plus de 6,3 millions de dollars. Il faut noter cependant que l'entreprise a bénéficié de taux d'intérêt inférieurs de plus de 2 points de base pour l'exercice financier 2001-2002.

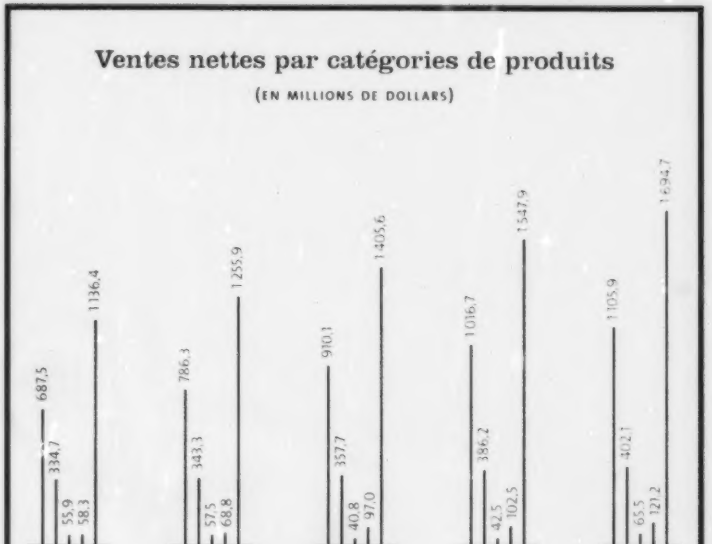
Risques et incertitudes

La SAQ fait face à des réclamations et à des poursuites diverses, principalement en dommages-intérêts. À ce sujet, il est suggéré de prendre connaissance de la note complémentaire aux états financiers consolidés intitulée « Éventualités et engagements ».

Perspectives

Au cours du prochain exercice financier, la SAQ procédera à la transformation de son Centre de distribution de Montréal. On y construira notamment deux nouveaux entrepôts, l'un abritant les produits destinés aux distributeurs autorisés, l'autre, les produits destinés aux titulaires de permis. Le siège social, quant à lui, verra l'ouverture de la Galerie du Gouverneur. Aussi, le projet VSOP entrera dans sa phase finale et sa mise en application débutera en mars 2003.

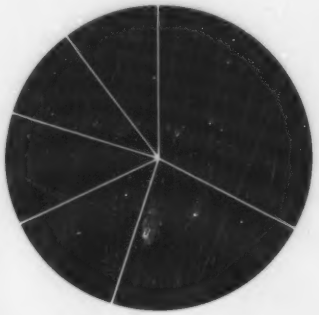
La SAQ peut affirmer qu'elle fait désormais partie du quotidien des Québécois et qu'elle entend y rester. Elle s'engage donc à offrir un service à la clientèle hors pair et des produits qui respectent les plus hautes normes de qualité tout en demeurant à l'écoute des besoins de ses clients.



Éléments constituant les ventes brutes de l'exercice 2001-2002

Ventes brutes totales **2 183,4 $**

(EN POURCENTAGES ET EN MILLIONS DE DOLLARS)

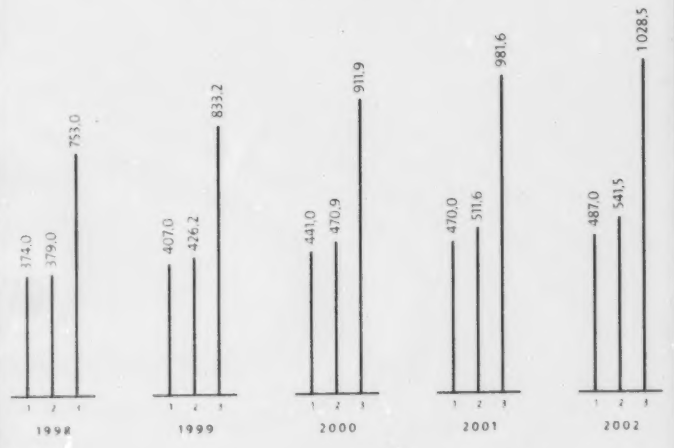


32,8 % Approvisionnement et production 715,7 $
22,3 % Dividende 487,0 $
13,0 % Taxes et droits versés au gouvernement du Québec 283,0 $
11,8 % Taxes et droits versés au gouvernement du Canada 258,5 $
9,9 % Rémunération et charges sociales 216,3 $
10,2 % Autres postes d'exploitation

Autres postes d'exploitation :
3,4 % Rémunération des grossistes-épiciers, retours et escomptes 73,4 $
2,2 % Frais d'occupation d'immeubles 47,8 $
1,6 % Frais d'utilisation de l'équipement et des fournitures 34,6 $
0,5 % Fret à la vente et communications 10,5 $
0,1 % Prélèvements pour la collecte sélective 2,8 $
0,1 % Prélèvements pour le Fonds Éduc'alcool Inc. 1,9 $
2,3 % Autres éléments 51,9 $

Recettes gouvernementales tirées de l'exploitation

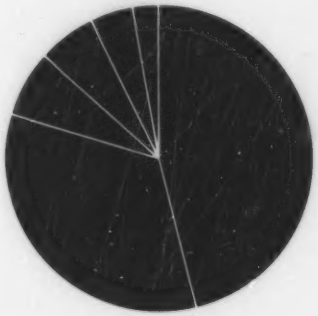
(EN MILLIONS DE DOLLARS)



1. Dividende 2. Taxes et droits versés aux gouvernements 3. Total

Répartition du prix de vente

Vin importé, format 750 ml
Prix de vente au détail : 14,95 $ la bouteille
30 mars 2002
(EN POURCENTAGES ET EN DOLLARS)

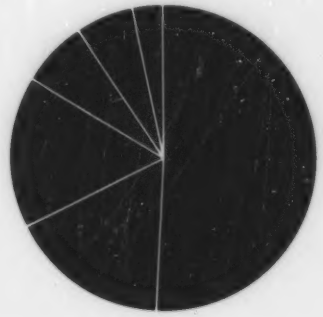


46,2 % Majoration[1] 6,91 $
33,5 % Prix du fournisseur en dollars canadiens incluant le transport 5,01 $
7,0 % Taxe de vente provinciale 1,04 $
6,1 % Taxe fédérale sur les produits et services 0,91 $
4,5 % Taxe/droit spécifiques provinciaux 0,67 $
2,7 % Droits de douane fédéraux 0,41 $

(1) La majoration permet d'assumer les frais de vente, de mise en marché, de distribution et d'administration ainsi que de verser annuellement un dividende important au ministre d'État à l'Économie et aux Finances.

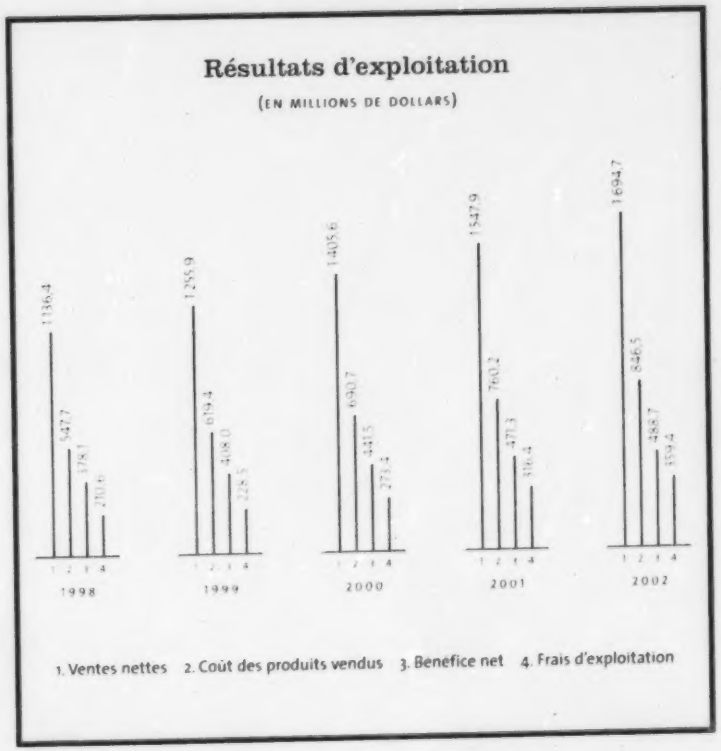
Répartition du prix de vente

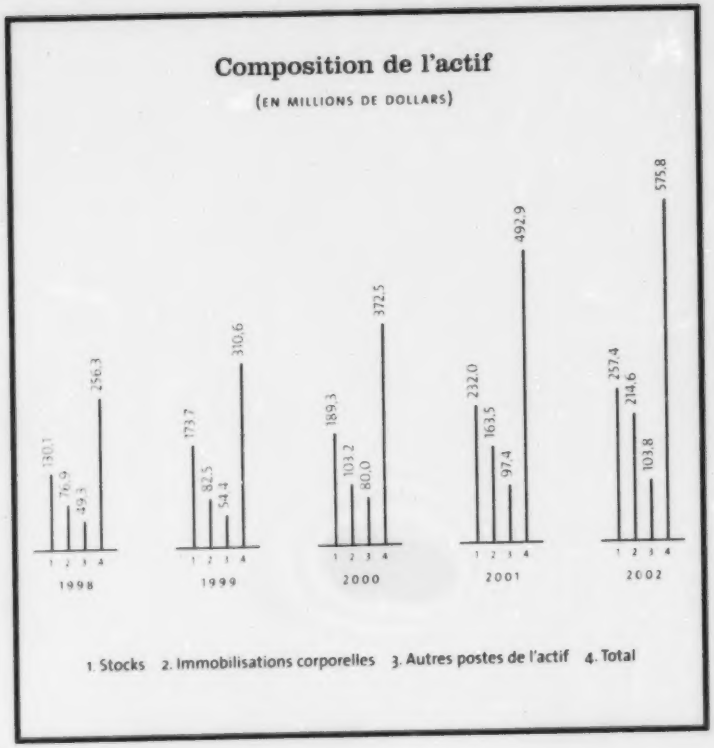
Spiritueux local, format 750 ml
Prix de vente au détail : 20,80 $ la bouteille
30 mars 2002
(EN POURCENTAGES ET EN DOLLARS)



50,9 % Majoration[1] 10,59 $
16,8 % Prix du fournisseur en dollars canadiens incluant le transport 3,50 $
16,0 % Droits d'accise fédéraux 3,32 $
7,0 % Taxe de vente provinciale 1,45 $
6,1 % Taxe fédérale sur les produits et services 1,27 $
3,2 % Taxe/droit spécifiques provinciaux 0,67 $

(1) La majoration permet d'assumer les frais de vente, de mise en marché, de distribution et d'administration ainsi que de verser annuellement un dividende important au ministre d'État à l'Économie et aux Finances.


Résultats d'exploitation
(EN MILLIONS DE DOLLARS)
1136.4
647.7
378.1
270.9
1255.9
819.4
408.0
225.5
1405.6
693.7
443.5
273.4
1547.9
760.2
471.3
316.4
1694.7
846.5
488.7
359.4
1998
1999
2000
2001
2002
1. Ventes nettes 2. Coût des produits vendus 3. Benefice net 4. Frais d'exploitation


Composition de l'actif
(EN MILLIONS DE DOLLARS)
130.1
76.9
49.3
256.3
173.7
82.5
54.4
310.6
189.3
103.2
80.0
372.5
232.0
163.5
97.4
492.9
257.4
214.6
103.8
575.8
1998
1999
2000
2001
2002
1. Stocks 2. Immobilisations corporelles 3. Autres postes de l'actif 4. Total

Rapport de la direction

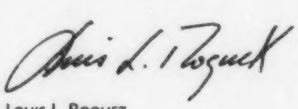
Les états financiers consolidés qui suivent ont été dressés par la direction de la Société des alcools du Québec et ont été approuvés par son conseil d'administration. La direction est responsable des données et des affirmations contenues dans ces états financiers consolidés et dans les autres sections du rapport annuel. Les états financiers consolidés ont été préparés selon les conventions et les procédés établis par la direction, conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada.

Dans le cadre de ses responsabilités, la direction de la Société des alcools du Québec maintient un système de contrôle interne conçu pour fournir une assurance raisonnable que les biens de l'entreprise sont convenablement protégés, que les opérations sont effectuées conformément à son autorisation et, enfin, que les registres comptables constituent une base fiable pour l'établissement d'états financiers exacts et ponctuels. De plus, le Service de la vérification interne passe en revue régulièrement les procédés comptables et les systèmes de gestion. Ses constatations et ses recommandations sont transmises à la direction, qui agit en conséquence.

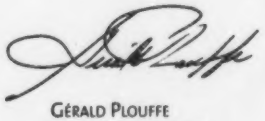
Le conseil d'administration de la Société des alcools du Québec, dont tous les membres, à l'exception du président-directeur général, sont des administrateurs externes, a la responsabilité de s'assurer que la direction remplit ses obligations relatives à la préparation d'états financiers et au contrôle financier de l'exploitation. Il étudie également les rapports portant sur les conventions et les méthodes comptables ainsi que sur les systèmes de contrôle interne.

Les états financiers consolidés ont été vérifiés par la firme Raymond Chabot Grant Thornton, comptables agréés, conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Leur responsabilité consiste à exprimer une opinion professionnelle sur la fidélité des états financiers. Le rapport des vérificateurs, qui figure ci-contre, précise l'étendue de leur vérification et présente leur opinion à l'égard de ces états financiers.

De l'avis de la direction, ces états financiers tiennent compte, dans les limites raisonnables, de tous les éléments importants et des données disponibles au 10 mai 2002.



Louis L. Roquet
Président-directeur général



Gérald Plouffe
Premier vice-président
Direction financière

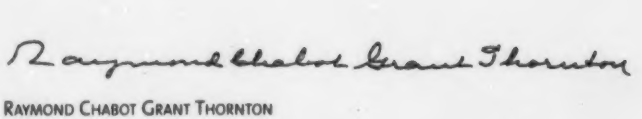
Rapport des vérificateurs

Madame Pauline Marois
Vice-première ministre et ministre d'État à l'Économie et aux Finances
Actionnaire de la Société des alcools du Québec

Nous avons vérifié le bilan consolidé de SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU QUÉBEC au 30 mars 2002 et les états consolidés des résultats et bénéfices non répartis et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers consolidés donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de Société des alcools du Québec au 30 mars 2002 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur le vérificateur général* (*L.R.Q., c. V-5.01*), nous déclarons qu'à notre avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.



Raymond Chabot Grant Thornton
Comptables agréés
Société en nom collectif

Montréal, le 10 mai 2002

Résultats consolidés et bénéfices non répartis consolidés

EXERCICE TERMINÉ LE 30 MARS 2002

(EN MILLIERS DE DOLLARS)

	2002	2001
Ventes brutes (note 5)	2 183 379 $	1 996 891 $
Taxes, droits, escomptes et autres (note 5)	488 716	448 980
Ventes nettes (note 5)	1 694 663	1 547 911
Charges d'exploitation		
Coût des produits vendus (note 5)	846 535	760 172
Frais de vente et mise en marché, de distribution et d'administration	325 440	295 968
	1 171 975	1 056 140
Bénéfice avant charge de financement, amortissements et autres revenus (charges)	522 688	491 771
Charge de financement et amortissements		
Charge de financement (note 6)	8 467	8 108
Amortissement des immobilisations corporelles	21 285	12 763
Amortissement de l'immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition	407	407
Amortissement des autres actifs	898	510
	31 057	21 788
Bénéfice avant autres revenus (charges)	491 631	469 983
Autres revenus (charges)		
Perte découlant de l'obligation de la coentreprise d'assumer une garantie (note 16)	(1 077)	–
Quote-part dans les résultats d'une société satellite	(2 140)	(36)
Gain sur dilution de la participation dans une société satellite	–	999
Amortissement du gain reporté sur cession d'actifs à la coentreprise	270	403
	(2 947)	1 366
Bénéfice net	488 684	471 349
Bénéfices non répartis au début de l'exercice	2 010	16 937
Effet cumulatif de la modification de convention comptable (note 3)	–	(16 276)
Dividende	(487 000)	(470 000)
Bénéfices non répartis à la fin de l'exercice	3 694 $	2 010 $

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers consolidés.

Bilan consolidé

30 MARS 2002

(EN MILLIERS DE DOLLARS)

	2002	2001
Actif		
À court terme		
Encaisse	17 918 $	– $
Dépôt à terme	–	12 240
Débiteurs (note 7)	51 284	53 285
Stocks (note 8)	257 357	232 041
Frais payés d'avance	12 247	11 074
	338 806	308 640
Débentures, 10 %, échéant le 1er juillet 2009	5 500	7 150
Participation dans une société satellite	3 823	5 963
Immobilisations corporelles (note 9)	208 483	157 013
Immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition (note 10)	6 105	6 512
Autres actifs (note 11)	13 034	7 632
	575 751 $	492 910 $
Passif		
À court terme		
Découvert et emprunts bancaires (note 12)	196 000 $	213 333 $
Fournisseurs et autres créditeurs (note 13)	208 582	157 529
Dividende	83 000	37 000
	487 582	407 862
Débentures, 10 %, échéant le 1er juillet 2009 (note 14)	5 500	3 850
Obligation découlant d'un contrat de location-acquisition (note 15)	10 390	11 028
Gain reporté sur cession d'actifs à la coentreprise (note 16)	4 567	4 837
Provision pour crédits de congés de maladie cumulés (note 17)	34 018	33 323
	542 057	460 900
Capitaux propres		
Capital-actions		
Autorisé, émis et payé		
300 000 actions d'une valeur de 100 $ chacune	30 000	30 000
Bénéfices non répartis	3 694	2 010
	33 694	32 010
	575 751 $	492 910 $

Éventualités et engagements (note 18)

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers consolidés.

Au nom du conseil d'administration

PIERRE PARENT
Président du conseil d'administration

RAYMOND DUTIL
Administrateur

Flux de trésorerie consolidés

EXERCICE TERMINÉ LE 30 MARS 2002

(EN MILLIERS DE DOLLARS)

	2002	2001
Activités d'exploitation		
Bénéfice net	488 684 $	471 349 $
Éléments hors caisse :		
Amortissements	22 590	13 680
Perte (gain) sur cessions d'immobilisations corporelles	195	(737)
Quote-part dans les résultats d'une société satellite	2 140	36
Gain sur dilution de la participation dans une société satellite	–	(999)
Perte découlant de l'obligation de la coentreprise d'assumer une garantie (note 16)	1 077	–
Amortissement du gain reporté sur cession d'actifs à la coentreprise	(270)	(403)
Charge au titre de crédits de congés de maladie	5 253	4 612
	519 669	487 538
Variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement (note 19)	29 250	(65 116)
Utilisation des crédits de congés de maladie	(4 384)	(4 254)
Crédits de congés de maladie cumulés transférés à des régimes enregistrés d'épargne-retraite d'employés	(174)	(286)
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	544 361	417 882
Activités d'investissement		
Dépôt à terme	12 240	(12 240)
Participation dans une société satellite	–	(5 000)
Acquisition d'une participation additionnelle dans la coentreprise incluant le découvert bancaire pris en charge (note 16)	(7 562)	–
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(72 014)	(74 298)
Cessions d'immobilisations corporelles	254	1 566
Acquisitions d'autres actifs	(456)	–
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(67 538)	(89 972)
Activités de financement		
Variation des emprunts bancaires	16 500	159 351
Remboursement de l'obligation découlant d'un contrat de location-acquisition	(572)	(513)
Dividende	(441 000)	(529 000)
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	(425 072)	(370 162)
Augmentation (diminution) nette des espèces et quasi-espèces	51 751	(42 252)
Espèces et quasi-espèces au début de l'exercice	(33 833)	8 419
Espèces et quasi-espèces à la fin de l'exercice (note 19)	17 918 $	(33 833) $

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers consolidés.

1. Statuts

La Société des alcools du Québec (la « Société ») est constituée en vertu de la *Loi sur la Société des alcools du Québec, (L.R.Q., c. S-13)*.

2. Exercice financier

L'exercice financier de la Société se termine le dernier samedi du mois de mars. Par conséquent, les exercices financiers terminés le 30 mars 2002 et le 31 mars 2001 comprennent respectivement 52 et 53 semaines d'exploitation.

3. Modification de convention comptable

Au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2001, la Société a adopté rétroactivement, sans retraiter les états financiers des exercices antérieurs, les recommandations de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) relativement à la comptabilisation des avantages sociaux futurs. Ces recommandations donnent des directives sur la comptabilisation des coûts inhérents aux congés de maladie cumulés. L'adoption de ces recommandations a eu pour effet d'augmenter le passif à long terme au titre de provision pour crédits de congés de maladie cumulés de 16,3 millions de dollars et de diminuer les bénéfices non répartis du début de l'exercice terminé le 31 mars 2001 du même montant.

4. Principales conventions comptables

Les états financiers consolidés sont dressés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Les principales conventions comptables suivies au cours de la préparation des états financiers consolidés sont résumées ci-après.

Périmètre de consolidation

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de la Société et la quote-part des éléments d'actif et de passif, des produits et des charges de Maison des Futailles SEC, une coentreprise dans laquelle la Société détient une participation de 50 % (35 % en 2001). Cette quote-part est comptabilisée selon la méthode de la consolidation proportionnelle. La participation dans une société satellite sur laquelle la Société exerce une influence notable est comptabilisée à la valeur de consolidation.

Utilisation d'estimations

La préparation d'états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction ait recours à des estimations et à des hypothèses qui ont une incidence sur les montants de l'actif et du passif comptabilisés et sur la présentation des éléments d'actif et de passif éventuels à la date des états financiers, ainsi que sur les montants comptabilisés des produits et des charges au cours de l'exercice. Les résultats réels pourraient différer des résultats estimatifs.

Constatation des revenus

Les ventes et le coût des produits vendus sont constatés lors de la livraison des produits.

Conversion des devises

Les éléments monétaires d'actif et de passif libellés en devises sont convertis au taux de change en vigueur à la date du bilan tandis que les autres éléments d'actif et de passif sont convertis au taux en vigueur à la date des opérations. Les produits et les charges libellés en devises sont convertis au taux moyen durant l'exercice. Les gains et les pertes de change sont inclus dans les résultats de l'exercice.

La Société gère son risque de change sur les sorties de fonds prévues en devises par l'utilisation de contrats de change à terme. Les gains et les pertes qui en résultent sont comptabilisés au moment de leur réalisation et sont portés au coût des produits vendus.

Espèces et quasi-espèces

Les espèces et quasi-espèces comprennent l'encaisse et le découvert bancaire remboursable à vue.

Dépôt à terme

Le dépôt à terme est évalué au moindre du coût et de la juste valeur marchande.

Stocks

Les stocks sont évalués au moindre du coût et de la valeur de réalisation nette, le coût étant déterminé selon la méthode de l'épuisement successif.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût et sont amorties en fonction de leur durée probable d'utilisation. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire, à l'exception de l'amortissement du matériel roulant acquis avant le 28 mars 1999 qui est calculé selon la méthode du solde décroissant. Les taux annuels suivants sont utilisés :

Immeubles	2,5 % et 10 %
Mobilier et équipement	Taux variant entre 2,8 % et 50 %
Matériel roulant	Taux variant entre 10 % et 30 %
Améliorations locatives	Selon la durée des baux
Pavage et stationnement	8 %

Immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition

L'immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition est comptabilisé au coût, soit à la valeur actualisée des paiements minimums exigibles en vertu du bail. L'amortissement de l'immeuble est calculé selon la méthode linéaire au taux annuel de 2,5 %.

Autres actifs

Les autres actifs, comptabilisés au coût, comprennent la quote-part de la Société dans les marques de commerce et l'achalandage ainsi que dans les frais d'organisation de la coentreprise. Les marques de commerce et l'achalandage ainsi que les frais d'organisation sont amortis selon la méthode de l'amortissement linéaire, sur des périodes de 20 et 7 ans respectivement. La Société révise annuellement la valeur comptable des marques de commerce et de l'achalandage afin d'établir s'il y a eu une baisse de valeur permanente en mesurant la juste valeur estimative de ces actifs selon les fonds autogénérés futurs prévus, non actualisés.

Régimes d'avantages sociaux

Crédits de congés de maladie cumulés

La Société administre un régime à prestations déterminées qui garantit à la plupart de ses employés le paiement de crédits de congés de maladie. Le coût des prestations futures au titre de paiement de crédits de congés de maladie gagnés par les employés de la Société qui participent au régime est établi par calculs actuariels, selon la méthode des coûts projetés au prorata des années de service, et il est imputé aux résultats au fur et à mesure que les services sont rendus par ces employés. Les calculs actuariels tiennent compte des hypothèses les plus probables établies par la direction concernant la progression des salaires, l'âge de départ à la retraite et le taux d'utilisation des crédits de congés de maladie. La Société amortit les gains et les pertes actuariels nets cumulatifs non constatés et supérieurs à 10 % de la provision pour crédits de congés de maladie cumulés sur la durée résiduelle moyenne d'activité du groupe de salariés actifs participant au régime des crédits de congés de maladie.

Régimes de retraite

Les employés de la Société participent à des régimes de retraite des employés du gouvernement et des organismes publics. Ces régimes, administrés par la Commission administrative des régimes de retraite et d'assurances du Québec, sont à prestations déterminées et comportent des garanties à la retraite et au décès. La comptabilité des régimes à cotisations déterminées est appliquée à ces régimes.

5. Ventes nettes et coût des produits vendus

	Succursales et centres spécialisés	Grossistes-épiciers	Sous-total	Brasseurs et distributeurs de bière[1]	Total 2002	Total 2001
Ventes brutes	1 719 475 $	324 615 $	2 044 090 $	139 289 $	**2 183 379 $**	1 996 891 $
Moins :						
• taxe de vente provinciale	116 479	19 955	136 434	9 690	**146 124**	132 898
• droit des détenteurs de permis	23 931	–	23 931	–	**23 931**	22 000
• taxe spécifique	67 719	26 046	93 765	–	**93 765**	85 784
• droit spécifique	19 171	–	19 171	–	**19 171**	18 046
• taxe fédérale sur les produits et services	101 722	17 406	119 128	8 443	**127 571**	116 000
• escomptes et retours	34 058	1 981	36 039	–	**36 039**	36 966
• rémunération des grossistes-épiciers	–	37 395	37 395	–	**37 395**	33 768
• prélèvements pour la collecte sélective	2 199	579	2 778	–	**2 778**	2 481
• prélèvements pour le Fonds Éduc'alcool inc.	1 613	329	1 942	–	**1 942**	1 037
	366 892	103 691	470 583	18 133	**488 716**	448 980
Ventes nettes	1 352 583 $	220 924 $	1 573 507 $	121 156 $	**1 694 663 $**	1 547 911 $
Coût des produits vendus[2]	613 139 $	112 240 $	725 379 $	121 156 $	**846 535 $**	760 172 $

(1) Les détenteurs d'un permis de brasseur et les détenteurs d'un permis de distributeur de bière vendent et livrent, dans la province de Québec, des bières fabriquées dans les autres provinces canadiennes ou à l'étranger par eux-mêmes ou par des sociétés qui leur sont liées. Ces produits doivent être achetés exclusivement de la Société.

(2) Le coût des produits vendus de l'exercice terminé le 31 mars 2001 comprend un remboursement de taxe de vente fédérale au montant de 12,2 millions de dollars.

6. Charge de financement

	2002	2001
Intérêts sur les emprunts bancaires	9 494 $	8 510 $
Intérêts sur les débentures créditrices	550	385
Intérêts relatifs à l'obligation découlant d'un contrat de location-acquisition	1 244	1 330
	11 288	10 225
Moins :		
Intérêts sur les placements, dépôt à terme et autres	(2 271)	(1 391)
Intérêts sur les débentures débitrices	(550)	(726)
	(2 821)	(2 117)
	8 467 $	8 108 $

7. Débiteurs

	2002	2001
Grossistes-épiciers	13 834 $	22 742 $
Établissements licenciés, institutions et autres comptes commerciaux	37 450	30 543
	51 284 $	53 285 $

8. Stocks

	2002	2001
Boissons embouteillées	246 437 $	222 479 $
Boissons en vrac et matériaux de production	9 004	7 701
Fournitures diverses	1 916	1 861
	257 357 $	232 041 $

9. Immobilisations corporelles

	Coût	Amortissement cumulé	2002 Valeur nette	2001 Valeur nette
Terrains	11 549 $	– $	11 549 $	9 482 $
Immeubles	63 176	14 023	49 153	40 924
Mobilier et équipement	187 744	65 655	122 089	84 196
Matériel roulant	10 994	4 944	6 050	5 651
Améliorations locatives	32 166	13 643	18 523	15 669
Pavage et stationnement	3 165	2 046	1 119	1 091
	308 794 $	100 311 $	208 483 $	157 013 $

10. Immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition

	Coût	Amortissement cumulé	2002 Valeur nette	2001 Valeur nette
Immeuble	16 280 $	10 175 $	6 105 $	6 512 $

11. Autres actifs

	Coût	Amortissement cumulé	2002 Valeur nette	2001 Valeur nette
Marques de commerce et achalandage	13 566 $	1 809 $	11 757 $	6 763 $
Frais d'organisation	1 675	674	1 001	869
Autres	276	–	276	–
	15 517 $	2 483 $	13 034 $	7 632 $

12. Découvert et emprunts bancaires

	2002	2001
Découvert bancaire	– $	33 833 $
Emprunts à terme	196 000	179 500
	196 000 $	213 333 $

La Société est autorisée par le gouvernement du Québec et par son conseil d'administration à effectuer des emprunts bancaires à terme de moins d'un an sans que le total de ses emprunts excède 400 millions de dollars (220 millions de dollars en 2001). Les emprunts bancaires au 30 mars 2002 sont constitués de cinq emprunts à terme (six au 31 mars 2001) portant intérêt à des taux de 2,09 % et 2,10 % (5,03 % à 5,15 % en 2001) et venant à échéance à 14 jours ou moins (12 jours ou moins en 2001).

13. Fournisseurs et autres créditeurs

	2002	2001
Fournisseurs	135 285 $	110 180 $
Taxes et droits gouvernementaux	45 821	23 084
Rémunération et charges sociales	27 476	24 265
	208 582 $	157 529 $

14. Débentures

Ce montant représente la quote-part de la Société dans les débentures non garanties de la coentreprise au montant de 22 millions de dollars. Elles sont remboursables à raison de 4 versements de 2 millions de dollars à compter du 1er juillet 2004 et d'un versement final de 14 millions de dollars le 1er juillet 2009. La quote-part de la Société dans les montants de ces versements s'élève à 0,5 million de dollars (0,4 million de dollars en 2001) et 3,5 millions de dollars (2,5 millions de dollars en 2001) respectivement.

En cas de défaut, la Société aura le droit de convertir toute portion du capital et des intérêts courus en un nombre de parts de la coentreprise égal au montant des débentures converties divisé par la valeur aux livres d'une part au moment de la conversion.

15. Obligation découlant d'un contrat de location-acquisition

	2002	2001
Obligation relative à la location d'un immeuble, remboursable jusqu'au 11 avril 2012 par versements mensuels de 152 000 $ incluant les intérêts calculés au taux annuel de 11 %, capitalisé semestriellement.	11 028 $	11 600 $
Moins : tranche de l'obligation échéant à moins d'un an	(638)	(572)
	10 390 $	11 028 $

	Capital	Intérêts	Total
Versements des prochains exercices :			
2003	638 $	1 182 $	1 820 $
2004	712	1 108	1 820
2005	795	1 025	1 820
2006	887	933	1 820
2007	989	831	1 820
2008-2012	7 007	2 148	9 155
	11 028 $	7 227 $	18 255 $

16. Participation dans une coentreprise

Le 31 mai 1999, la Société, le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec, Les Vins Andrès du Québec ltée et 9072-3479 Québec inc. ont fusionné leurs activités commerciales respectives d'embouteillage et de commercialisation de certains vins et spiritueux et ont constitué Maison des Futailles, S.E.C. une coentreprise dans laquelle la Société a acquis une participation de 35 %. Le gain reporté découlant de l'opération, dont le solde est de 4,6 millions de dollars au 30 mars 2002 (4,8 millions de dollars au 31 mars 2001), est amorti sur une période de 20 ans.

Le 1er avril 2001, la Société et le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec ont acquis les participations détenues par Les Vins Andrès du Québec ltée et 9072-3479 Québec inc. La contrepartie totale de 14,8 millions de dollars a été payée comptant, la quote-part de la Société étant de 7,4 millions de dollars, portant ainsi sa participation dans la coentreprise à 50 %. L'acquisition a été comptabilisée selon la méthode de l'achat pur et simple. Le coût de l'acquisition a été ventilé entre les actifs acquis et les passifs pris en charge d'après leur juste valeur estimative à la date d'acquisition.

Les valeurs attribuées aux actifs nets acquis lors de cette opération sont les suivantes :

Actifs à court terme	5 889 $
Immobilisations corporelles	1 190
Autres éléments d'actif	5 843
	12 922
Passifs à court terme	2 232
Débentures	3 300
	5 532
	7 390 $
Contrepartie versée	7 390 $

Au cours de l'exercice, la coentreprise a comptabilisé dans ses états financiers une perte d'environ 2,2 millions de dollars relativement à des cautions qu'elle s'est engagée à verser à une institution financière et au Fonds de solidarité des travailleurs du Québec agissant à titre de créanciers d'une coentreprise dans laquelle Maison des Futailles, S.E.C. a l'obligation d'acquérir une participation de 50 %. La Société a imputé à ses résultats consolidés de l'exercice sa quote-part de cette perte, soit un montant d'environ 1,1 million de dollars.

Les montants suivants représentent la quote-part détenue par la Société dans la coentreprise, y compris les produits, les charges et les comptes intersociétés qui ont été éliminés dans la consolidation.

	2002	2001
Résultats		
Ventes nettes	**45 307 $**	35 343 $
Coût des produits vendus	**33 340**	26 666
	11 967	8 677
Charges d'exploitation	**9 264**	6 099
Charge de financement	**1 140**	700
Amortissements	**1 882**	1 216
	12 286	8 015
	(319)	662
Perte découlant de l'obligation d'assumer une garantie	**(1 077)**	–
Bénéfice net (perte nette)	**(1 396) $**	662 $
Bilan		
Actif à court terme	**18 793 $**	13 794 $
Actif à long terme	**21 867**	15 922
	40 660 $	29 716 $
Passif à court terme	**7 124 $**	5 264 $
Passif à long terme	**11 000**	7 700
Capitaux propres	**22 536**	16 752
	40 660 $	29 716 $
Flux de trésorerie		
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	**1 894 $**	632 $
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	**(1 005)**	(460)

17. Avantages sociaux

	2002	2001
La charge de la Société au titre de ses régimes d'avantages sociaux se présente comme suit :		
Crédits de congés de maladie		
Régime à prestations déterminées	**5 253 $**	4 612 $
Régimes de retraite		
Régimes à cotisations déterminées		
Services courants	**5 100 $**	3 600 $
La provision pour crédits de congés de maladie cumulés s'établit comme suit :		
Solde au début de l'exercice	**33 323 $**	16 975 $
Effet cumulatif de la modification de convention comptable (note 3)	**–**	16 276
Solde redressé	**33 323**	33 251
Charge de l'exercice	**5 253**	4 612
Utilisation des crédits de congés de maladie	**(4 384)**	(4 254)
Transferts à des régimes enregistrés d'épargne-retraite d'employés	**(174)**	(286)
Solde à la fin de l'exercice	**34 018 $**	33 323 $

Les hypothèses actuarielles significatives retenues par la Société pour évaluer son obligation au titre des prestations futures sont les suivantes :

Taux d'actualisation	7,0 % en 2001 6,5 % en 2002
Taux de croissance annuelle de la rémunération	1,5 % en 2001 2,0 % en 2002 2,5 % en 2003 3,0 % pour les années suivantes
Taux d'utilisation des crédits de congés de maladie	75 %

18. Éventualités et engagements

Éventualités

Dans le cours normal de son exploitation, la Société fait face à des réclamations et poursuites diverses, principalement en dommages-intérêts, qui totalisent près de 3,5 millions de dollars. La direction de la Société conteste ces poursuites judiciaires et s'oppose donc à donner suite aux réclamations qui en découlent. Selon ses conseillers juridiques, les arguments de sa défense sont solides pour chacun des cas.

Aucune provision n'est comptabilisée dans les livres de la Société relativement à ces éventualités.

Engagements

En vertu de contrats de location-exploitation, la Société s'est engagée à payer un montant total de 274,6 millions de dollars pour la location de succursales et de certains entrepôts. Les versements des prochains exercices se chiffrent à :

2003	32 859 $
2004	29 914 $
2005	28 506 $
2006	27 274 $
2007	25 467 $
2008-2015	130 575 $

Environnement

Les activités de la Société sont assujetties à des lois, règlements et directives sur l'environnement adoptés par les autorités gouvernementales. La direction considère que les risques environnementaux sont gérés adéquatement et qu'aucun passif actuel ou probable n'est envisageable.

19. Informations sur les flux de trésorerie

	2002	2001
Les flux de trésorerie liés à l'exploitation incluent les éléments suivants :		
Intérêts versés	**8 811 $**	7 936 $
La variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement se détaille ainsi :		
Débiteurs	**3 895 $**	(10 067) $
Stocks	**(21 856)**	(42 746)
Frais payés d'avance	**(640)**	1 555
Fournisseurs et autres créditeurs	**47 851**	(13 858)
	29 250 $	(65 116) $
Les espèces et quasi-espèces à la fin de l'exercice comprennent les postes suivants :		
Encaisse	**17 918 $**	– $
Découvert bancaire	**–**	(33 833)
	17 918 $	(33 833) $

20. Instruments financiers

JUSTE VALEUR DES INSTRUMENTS FINANCIERS

	2002		2001	
	JUSTE VALEUR	VALEUR COMPTABLE	JUSTE VALEUR	VALEUR COMPTABLE
Débentures à recevoir, 10 %, échéant le 1er juillet 2009	**5 443 $**	**5 500 $**	7 182 $	7 150 $
Débentures à payer, 10 %, échéant le 1er juillet 2009	**5 443 $**	**5 500 $**	3 867 $	3 850 $
Obligation découlant d'un contrat de location-acquisition	**13 509 $**	**11 028 $**	14 431 $	11 600 $

La valeur comptable de certains instruments financiers qui viennent à échéance à court terme est présumée correspondre à leur juste valeur. Ces instruments financiers comprennent l'encaisse, le dépôt à terme, les débiteurs, le découvert et les emprunts bancaires, les fournisseurs et autres créditeurs, à l'exception des taxes et droits gouvernementaux.

La juste valeur des débentures à recevoir et à payer a été déterminée en actualisant les flux monétaires futurs aux taux d'intérêt dont la Société pourrait actuellement se prévaloir pour des débentures comportant des conditions et des échéances similaires.

La juste valeur de l'obligation découlant d'un contrat de location-acquisition représente la valeur actualisée des versements mensuels futurs au taux d'intérêt annuel des obligations du gouvernement du Québec, capitalisé semestriellement et échéant en 2012, soit 6,5 % en 2002 (6,4 % en 2001).

La juste valeur de la provision pour crédits de congés de maladie cumulés est déterminée par calculs actuariels et correspond à sa valeur comptable.

RISQUE DE TAUX D'INTÉRÊT

Les débentures débitrices portent un taux d'intérêt fixe et exposent la Société au risque que le taux d'intérêt sur le marché soit supérieur à celui rattaché à cet élément d'actif.

L'obligation découlant d'un contrat de location-acquisition et les débentures créditrices portent un taux d'intérêt fixe et exposent la Société au risque que le taux d'intérêt sur le marché soit inférieur à ceux rattachés à ces éléments de passif.

INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS

Au cours de l'exercice, en vue de réduire les effets négatifs éventuels d'une baisse du dollar canadien sur le marché des changes, la Société a conclu des contrats de change à terme, principalement libellés en francs français, en lires italiennes et en euros. Des contrats de change à terme libellés en francs français étaient en cours à la fin de l'exercice terminé le 31 mars 2001 et leur juste valeur correspondait approximativement à leur montant contractuel respectif. Aucun contrat de change à terme n'avait cours à la fin de l'exercice 2002.

	COURS À TERME MOYEN PONDÉRÉ		MONTANTS CONTRACTUELS	
	2002	2001	2002	2001
Contrats de change à terme, de moins de 12 mois	**– $**	0,2151 $	**– $**	3 604 $

21. Chiffres comparatifs

Certains chiffres comparatifs ont été reclassés en fonction de la présentation adoptée au cours de l'exercice.

Information trimestrielle

Exercices terminés les 30 mars 2002 et 31 mars 2001

(Chiffres non vérifiés)

	2002					2001				
	Exercice	T4	T3	T2	T1	Exercice	T4	T3	T2	T1
Nombre de semaines	52	12	16	12	12	53	13	16	12	12
Résultats financiers										
(en millions de dollars)										
Ventes brutes	**2 183,4**	**438,4**	**818,9**	**475,5**	**450,6**	1 996,9	399,3	759,8	443,0	394,8
Ventes nettes	**1 694,7**	**343,1**	**634,7**	**365,5**	**351,4**	1 547,9	310,3	584,6	345,1	307,9
Bénéfice brut	**848,1**	**178,8**	**323,3**	**179,4**	**166,6**	787,7	175,1	291,1	169,5	152,0
Frais d'exploitation nets	**359,4**	**96,5**	**116,5**	**71,2**	**75,2**	316,4	102,3	92,7	62,2	59,2
Bénéfice net	**488,7**	**82,3**	**206,8**	**108,2**	**91,4**	471,3	72,8	198,4	107,3	92,8
Distributions à l'actionnaire	**441,0**	**145,0**	**137,0**	**95,0**	**64,0**	529,0	184,0	132,0	91,0	122,0
Ventes nettes par réseaux de vente										
(en millions de dollars)										
Succursales et centres spécialisés	**1 352,6**	**280,0**	**513,3**	**289,8**	**269,5**	1 224,2	248,7	465,3	267,8	242,4
Grossistes-épiciers	**220,9**	**41,1**	**90,1**	**43,7**	**46,0**	221,2	41,0	94,0	49,0	37,2
Brasseurs et distributeurs de bière	**121,2**	**22,0**	**31,3**	**32,0**	**35,9**	102,5	20,7	25,2	26,3	30,3
Total	**1 694,7**	**343,1**	**634,7**	**365,5**	**351,4**	1 547,9	310,4	584,5	343,1	309,9
Volumes des ventes										
(en millions de litres)										
Spiritueux	**16,7**	**3,3**	**6,4**	**3,6**	**3,4**	16,5	3,3	6,3	3,7	3,2
Vins	**100,9**	**19,7**	**37,7**	**22,4**	**21,1**	97,1	19,2	36,7	22,0	19,2
Bières importées et artisanales, cidres et boissons panachées	**9,3**	**1,8**	**2,9**	**2,7**	**1,9**	5,8	1,0	1,8	1,7	1,3
Ventes totales excluant les bières vendues aux brasseurs et distributeurs de bière	**126,9**	**24,8**	**47,0**	**28,7**	**26,4**	119,4	23,5	44,8	27,4	23,7
Bières vendues aux brasseurs et distributeurs de bière	**84,4**	**15,1**	**20,7**	**22,5**	**26,1**	83,8	15,5	21,6	22,1	24,6
Total	**211,3**	**39,9**	**67,7**	**51,2**	**52,5**	203,2	39,0	66,4	49,5	48,3

Rétrospective des 10 derniers exercices

EXERCICES TERMINÉS LE DERNIER SAMEDI DU MOIS DE MARS

(CHIFFRES NON VÉRIFIÉS)

	2002	2001 *	2000	1999	1998	1997	1996 *	1995	1994	1993
Résultats d'exploitation										
(EN MILLIONS DE DOLLARS)										
Ventes brutes	**2 183,4**	1 996,9	1 806,1	1 611,0	1 450,1	1 383,9	1 311,7	1 216,4	1 199,7	1 206,7
Ventes nettes	**1 694,7**	1 547,9	1 405,6	1 255,9	1 136,4	1 076,5	1 041,5	979,4	969,8	973,4
Bénéfice brut	**848,1**	787,7	714,9	636,5	588,7	564,8	537,9	508,2	529,6	532,8
Frais d'exploitation nets [1]	**359,4**	316,4	273,4	228,5	210,6	193,2	187,0	182,3	184,2	184,8
Bénéfice net	**488,7**	471,3	441,5	408,0	378,1	371,6	350,9	325,9	345,4	348,0
Situation financière										
(EN MILLIONS DE DOLLARS)										
Actif total	**575,8**	492,9	372,5	310,6	256,3	246,7	211,8	195,6	194,9	212,4
Immobilisations corporelles	**214,6**	163,5	103,2	82,5	76,9	74,3	67,9	65,8	65,7	67,0
Fonds de roulement	**(148,8)**	(99,2)	(33,9)	(9,3)	(3,4)	(4,9)	(6,2)	(5,3)	(5,2)	(2,2)
Dette à long terme	**49,9**	48,2	32,4	26,7	28,2	28,1	28,0	27,8	27,6	27,3
Capitaux propres	**33,7**	32,0	46,9	46,4	45,4	41,3	33,7	32,8	32,9	37,5
Flux de trésorerie										
(EN MILLIONS DE DOLLARS)										
Liquidités liées aux activités d'exploitation	**544,4**	417,9	433,7	391,9	395,7	376,2	356,6	331,5	372,8	371,8
Acquisitions d'immobilisations corporelles	**72,0**	74,3	34,0	16,5	10,5	13,7	8,9	8,0	5,3	11,2
Distributions à l'actionnaire	**441,0**	529,0	421,0	385,0	378,0	339,0	374,0	311,0	358,0	411,0

* Exercice financier de 53 semaines

[1] Incluant les postes exceptionnels.

Note : Les changements qui ont touché, au fil des ans, les éléments fiscaux compris dans les prix de vente des produits rendent difficilement comparables les données figurant dans ce tableau.

Rétrospective des 10 derniers exercices

EXERCICES TERMINÉS LE DERNIER SAMEDI DU MOIS DE MARS

(CHIFFRES NON VÉRIFIÉS)

	2002	2001 *	2000	1999	1998	1997	1996 *	1995	1994	1993
Éléments constituant les ventes brutes										
(EN MILLIONS DE DOLLARS)										
Sommes versées directement au gouvernement du Québec										
Dividende	**487,0**	470,0	441,0	407,0	374,0	364,0	350,0	326,0	350,0	348,0
Taxes et droits	**283,0**	258,7	237,8	219,1	188,9	179,9	160,7	133,5	127,0	130,1
	770,0	728,7	678,8	626,1	562,9	543,9	510,7	459,5	477,0	478,1
Sommes versées directement au gouvernement du Canada										
Taxes et droits	**258,5**	252,9	233,1	207,1	190,1	182,8	177,0	170,2	167,1	171,2
Sommes versées directement aux gouvernements par la Société des alcools du Québec	**1 028,5**	981,6	911,9	833,2	753,0	726,7	687,7	629,7	644,1	649,3
Approvisionnement et production	**715,7**	623,3	563,2	506,7	443,3	410,4	405,2	375,0	345,8	342,4
Frais d'exploitation nets [1]	**359,4**	316,4	273,4	228,5	210,6	193,2	187,0	182,3	184,2	184,8
Autres éléments										
Retours, escomptes et rémunération des grossistes-épiciers	**73,4**	70,7	53,9	40,3	38,2	44,2	29,2	27,8	28,0	29,4
Prélèvements pour le Fonds Éduc'alcool Inc.	**1,9**	1,0	1,0	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Prélèvements pour la collecte sélective	**2,8**	2,5	2,2	0,4	0,2	1,0	0,9	0,9	1,4	–
Augmentation (diminution) des bénéfices non répartis	**1,7**	1,4	0,5	1,0	4,0	7,6	0,9	(0,1)	(4,6)	–
	79,8	75,6	57,6	42,6	43,2	53,6	31,8	29,4	25,6	30,2
Ventes brutes totales	**2 183,4**	1 996,9	1 806,1	1 611,0	1 450,1	1 383,9	1 311,7	1 216,4	1 199,7	1 206,7
Moins : ventes brutes aux brasseurs et distributeurs de bière [2]	**(139,3)**	(117,9)	(111,6)	(79,2)	(66,5)	(54,5)	(79,2)	(64,6)	(60,0)	(42,4)
Ventes brutes excluant les ventes aux brasseurs et distributeurs de bière	**2 044,1**	1 879,0	1 694,5	1 531,8	1 383,6	1 329,4	1 232,5	1 151,8	1 139,7	1 164,3

* Exercice financier de 53 semaines.

[1] Incluant les postes exceptionnels.

[2] Les ventes brutes aux brasseurs et aux distributeurs de bière sont soustraites des ventes brutes totales pour faciliter l'interprétation des chiffres présentés.

Note : Les changements qui ont touché, au fil des ans, les éléments fiscaux compris dans les prix de vente des produits rendent difficilement comparables les données figurant dans ce tableau.

Rétrospective des 10 derniers exercices

EXERCICES TERMINÉS LE DERNIER SAMEDI DU MOIS DE MARS

(CHIFFRES NON VÉRIFIÉS)

	2002	2001 *	2000	1999	1998	1997	1996 *	1995	1994	1993
Frais d'exploitation										
(EN MILLIONS DE DOLLARS)										
Rémunération et charges sociales	**216,3**	195,2	189,2	156,3	149,4	136,6	134,3	130,1	130,0	130,6
Frais d'occupation d'immeubles	**47,8**	40,8	34,5	32,9	31,0	30,0	29,8	30,1	30,8	31,6
Frais d'utilisation de l'équipement et des fournitures	**34,6**	27,1	21,6	19,1	16,2	14,4	13,9	12,6	12,0	11,4
Fret à la vente et communications	**10,5**	7,8	5,5	5,0	4,5	4,2	4,2	4,6	4,6	4,7
Autres frais d'exploitation	**50,2**	45,5	28,7	15,2	9,5	8,0	4,8	4,9	6,8	6,5
Poste exceptionnel	**–**	–	(6,1)	–	–	–	–	–	–	–
Frais d'exploitation nets	**359,4**	316,4	273,4	228,5	210,6	193,2	187,0	182,3	184,2	184,8
Ratios d'exploitation										
(EN POURCENTAGES DES VENTES NETTES)										
Bénéfice brut [1]	**53,9**	54,5	54,6	53,6	54,6	54,9	55,4	55,3	58,0	57,1
Bénéfice net [1]	**31,1**	32,6	33,7	34,4	35,1	36,1	36,2	35,5	37,8	37,3
(EN POURCENTAGES DES VENTES BRUTES)										
Approvisionnement et production [2]	**29,1**	27,7	27,5	28,5	27,7	27,2	26,9	26,9	25,0	25,5
Sommes versées aux gouvernements	**50,3**	52,2	53,8	54,5	54,6	54,8	56,1	55,3	57,3	56,6
Frais d'exploitation [3]	**17,4**	16,9	16,5	14,9	15,2	14,5	15,1	15,6	15,9	15,6
Autres renseignements										
(À LA FIN DE L'EXERCICE)										
Nombre d'employés	**5 703**	5 320	4 610	4 198	4 041	3 951	3 961	3 866	3 917	3 899
Nombre de succursales	**380**	370	341	341	337	342	339	341	344	344
Nombre d'agences	**399**	252	153	154	154	155	155	154	150	146
Nombre de produits commercialisés	**7 250**	7 386	6 575	5 299	4 884	4 194	3 851	3 686	3 751	3 417

* Exercice financier de 53 semaines.

[1] Calculé en excluant les opérations d'achat et de vente conclues avec les brasseurs et les distributeurs de bière.

[2] Calculé en excluant les opérations d'achat conclues avec les brasseurs et les distributeurs de bière.

[3] Calculé en excluant les postes exceptionnels et les autres revenus (charges).

Note : Les changements qui ont touché, au fil des ans, les éléments fiscaux compris dans les prix de vente des produits rendent difficilement comparables les données figurant dans ce tableau.

Rétrospective des 10 derniers exercices

EXERCICES TERMINÉS LE DERNIER SAMEDI DU MOIS DE MARS

(CHIFFRES NON VÉRIFIÉS)

	2002	2001 *	2000	1999	1998	1997	1996 *	1995	1994	1993
Ventes nettes par réseaux de vente										
(EN MILLIONS DE DOLLARS ET EN MILLIONS DE LITRES)										
Succursales et centres spécialisés	**1 352,6**	1 224,2	1 096,9	992,7	893,8	839,4	800,6	754,7	735,9	752,7
	97,7 L	89,0	79,0	76,4	70,8	67,2	64,6	62,2	59,6	60,8
Grossistes-épiciers	**220,9**	221,2	211,7	194,4	184,3	189,3	170,1	164,3	177,9	181,1
	29,2 L	30,4	32,0	30,8	29,6	31,7	29,3	28,7	29,0	30,5
Ventes nettes excluant les ventes aux brasseurs et distributeurs de bière	**1 573,5**	1 445,4	1 308,6	1 187,1	1 078,1	1 028,7	970,7	919,0	913,8	933,8
	126,9 L	119,4	111,0	107,2	100,4	98,9	93,9	90,9	88,6	91,3
Brasseurs et distributeurs de bière	**121,2**	102,5	97,0	68,8	58,3	47,8	70,8	60,4	56,0	39,6
	84,4 L	83,8	76,6	62,9	53,1	43,6	69,9	54,1	50,5	34,9
Ventes nettes totales	**1 694,7**	1 547,9	1 405,6	1 255,9	1 136,4	1 076,5	1 041,5	979,4	969,8	973,4
	211,3 L	203,2	187,6	170,1	153,5	142,5	163,8	145,0	139,1	126,2
Ventes nettes par catégories de produits										
(EN MILLIONS DE DOLLARS ET EN MILLIONS DE LITRES)										
Spiritueux	**402,1**	386,2	357,7	343,3	334,7	329,1	328,0	322,9	325,3	344,6
	16,7 L	16,5	15,2	14,5	14,2	14,2	14,2	14,3	14,2	15,1
Vins	**1 105,9**	1 016,7	910,1	786,3	687,5	645,6	592,9	549,7	545,0	545,9
	100,9 L	97,1	89,9	82,7	76,3	75,2	71,0	68,4	65,9	66,9
Bières importées et artisanales, cidres et boissons panachées	**65,5**	42,5	40,8	57,5	55,9	54,0	49,8	46,4	43,5	43,3
	9,3 L	5,8	5,9	10,0	9,9	9,5	8,7	8,2	8,5	9,3
Bières vendues aux brasseurs et distributeurs de bière	**121,2**	102,5	97,0	68,8	58,3	47,8	70,8	60,4	56,0	39,6
	84,4 L	83,8	76,6	62,9	53,1	43,6	69,9	54,1	50,5	34,9
Ventes nettes totales	**1 694,7**	1 547,9	1 405,6	1 255,9	1 136,4	1 076,5	1 041,5	979,4	969,8	973,4
	211,3 L	203,2	187,6	170,1	153,5	142,5	163,8	145,0	139,1	126,2
Superficie des locaux										
(EN MILLIERS DE PIEDS CARRÉS)										
Succursales et centres spécialisés	**1 306,3**	1 404,0	1 157,6	1 147,0	1 114,6	1 118,5	1 117,0	1 250,8	1 293,0	1 353,3
Entrepôts	**877,9**	848,1	758,8	658,8	658,8	672,3	770,8	770,8	770,8	770,8

* Exercice financier de 53 semaines.

Note : Les changements qui ont touché, au fil des ans, les éléments fiscaux compris dans les prix de vente des produits rendent difficilement comparables les données figurant dans ce tableau.

Pour obtenir des exemplaires supplémentaires de ce rapport, s'adresser à :

SAQ
Service des communications

905, avenue De Lorimier, Montréal (Québec) H2K 3V9
Téléphone : (514) 873-3122
Télécopieur : (514) 873-9666

Le rapport annuel de la SAQ est produit par la Vice-présidence aux communications en collaboration avec les Vice-présidences aux finances et au marketing.

Gestion de la publication : Philippe Châtillon vice-président aux communications
Rédaction : Bernard Duchesne, Céline Latreille et Julie Nicol
Coordination : Bernard Duchesne, Sonia Gagnon
Conception et design graphique : la souris masquée
Photographie : Carl Valiquet, François Leclair et Pierre Longtin
Prépresse et impression : Transcontinental – Litho Acme

Imprimé au Québec
ISSN 0845-924x
ISBN 2-550-39414-3
Dépôt légal – 2e trimestre 2002
Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

Le genre masculin est utilisé sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.